

Mateus Ramon Falk Ramalho

**OURO NEGRO:
A CAMISETA ESTAMPADA COMO UM VEÍCULO DE
COMUNICAÇÃO DO ESTILO DO RAP**

Projeto de Conclusão de Curso
submetido(a) ao Curso de Graduação
em Design da Universidade Federal de
Santa Catarina para a obtenção do
Grau de Bacharel em Design.

Orientador: Prof.^a Ma. Fernanda
Iervolino.

Florianópolis
2016

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária
da UFSC.

A ficha de identificação é elaborada pelo próprio autor
Maiores informações em:
<http://portalbu.ufsc.br/ficha>

Mateus Ramon Falk Ramalho

OURO NEGRO: A CAMISETA ESTAMPADA COMO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO DO ESTILO DO RAP

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel, e aprovado em sua forma final pelo Curso de Graduação em Design da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 21 de Novembro de 2016.

Prof. Luciano Patrício Souza De Castro, Dr.
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof.^a Fernanda Iervolino, Ma.
Orientadora
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.^a Mary Vonni Metürer De Lima, Ma.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Douglas Luiz Menegazzi, Me.
Universidade Federal de Santa Catarina

Este trabalho é dedicado aos mal
informados que acreditam que as cotas
não dão resultado.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a minha mulher e companheira Samara, sem ela não seria possível chegar tão longe, obrigado por sua paciência, por me ouvir e sempre ajudar com o que for necessário.

Também agradeço a minha orientadora, Fernanda, por ter me guiado por essa etapa tão significativa em minha vida.

Certamente agradeço também a minha família pelo apoio e por sempre estarem ao meu lado.

E a Deus.

"Sou porta-voz de quem nunca foi ouvido, os esquecido lembra de mim porque eu lembro dos esquecido. Tipo embaixador da rua, só de ver o brilho no meu olho os falso já recua."

(EMICIDA, 2013)

RESUMO

Este projeto apresenta o desenvolvimento de uma coleção de camisetas estampadas que tem como objetivo comunicar, por si só, o estilo do rap Brasileiro. Para tal utiliza-se de uma adaptação da metodologia de projeto desenvolvida por Bruno Munari (1981) aliada a uma análise histórica e de mercado.

Palavras-chave: Rap nacional. Camiseta estampada. Design de moda.

ABSTRACT

This project presents the development of a collection of printed T-shirts that aims to communicate, alone, the Brazilian rap style. For such, it uses is an adaptation of the design methodology developed by Bruno Munari (1981) combined with a historical and market analysis.

Keywords: National rap. Printed t-shirt. Fashion design.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Metodologia proposta por Munari (1981).	28
Figura 2: Etapa de Pesquisa.	29
Figura 3: Etapa de Geração de Alternativas.	30
Figura 4: Etapa de Finalização.	30
Figura 5: Fotografia sobre a técnica <i>transfer</i> .	34
Figura 6: Fotografia sobre o processo de sublimação.	35
Figura 7: Figura sobre o processo de estampa digital.	35
Figura 8: Fotografia sobre o processo de serigrafia.	36
Figura 9: Fotografia que ilustra a modelagem ampla.	37
Figura 10: Pannel de roupas dos anos 80.	39
Figura 11: Pannel de camisetas dos anos 80.	39
Figura 12: Pannel de roupas dos anos 90.	40
Figura 13: Pannel de camisetas dos anos 90.	41
Figura 14: Pannel de roupas dos anos 2000.	42
Figura 15: Pannel de camisetas dos anos 2000.	42
Figura 16: Pannel de roupas atuais.	43
Figura 17: Pannel de camisetas atuais.	43
Figura 18: Quadro de análise sincrônica das marcas escolhidas pelos participantes.	44
Figura 19: Pannel de todas as camisetas analisadas diacrônicamente.	45
Figura 20: Representação da cor das camisetas nos painéis de análise diacrônica.	46
Figura 21: Representação dos valores das camisetas de marcas indicadas pelos entrevistados.	47
Figura 22: Pannel de Estampas.	48
Figura 23: Pannel de Inspiração.	49
Figura 24: Cartela de cores.	49
Figura 25: Matriz de decisão.	52
Figura 26: Matriz de decisão da primeira estampa.	53
Figura 27: Primeiro esboço da primeira estampa.	54
Figura 28: Desenvolvimento da primeira estampa.	55
Figura 29: Primeira estampa.	56
Figura 30: <i>Mockup</i> da primeira estampa.	57
Figura 31: Impressora F2000.	58
Figura 32: Processo de estampa digital.	59
Figura 33: Matriz de decisão da segunda estampa.	60
Figura 34: Esboço da segunda estampa.	61
Figura 35: Estampa Costa Gold.	62
Figura 36: <i>Mockup</i> Costa Gold.	63
Figura 37: Matriz de decisão da terceira estampa.	64
Figura 38: Ilustração base do grupo Racionais.	65
Figura 39: Esboço estampa racionais.	66
Figura 40: Estampa Racionais.	67
Figura 41: Estampa Racionais finalizada.	68

Figura 42: <i>Mockup</i> racionais.....	69
Figura 43: Matriz estampa emicida.....	70
Figura 44: Esboço ilustração do Emicida.	71
Figura 45: Desenvolvimento da ilustrção do Emicida.	72
Figura 46: Estampa do Emicida finalizada.	73
Figura 47: <i>Mockup</i> Emicida.....	74
Figura 48 : Cotas da camiseta.	75
Figura 49: Cotas da estampa Haikaiss.	75
Figura 50 : Cotas da camiseta.	76
Figura 51: Cotas da estampa Costa Gold.	76
Figura 52 : Cotas da camiseta.	77
Figura 53: Cotas da estampa Racionais.	77
Figura 54 : Cotas da camiseta.	78
Figura 55: Cotas da estampa Emicida.....	78

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	25
1.1 OBJETIVOS	26
1.1.1 Objetivo Geral	26
1.1.2 Objetivos Específicos	26
1.2 JUSTIFICATIVA	26
1.3 DELIMITAÇÕES.....	27
2 METODOLOGIA	27
3 PESQUISA.....	31
3.1 PROBLEMA	31
3.2 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	31
3.3 COMPONENTES DO PROBLEMA	31
3.3.1 Componentes diretos	32
3.3.2 Componentes indiretos	32
3.4 COLETA DE DADOS	32
3.4.1 Software	32
3.4.2 Técnicas de estampa	33
3.4.3 A camiseta	36
3.4.4 Questionário	37
3.4.5 Análise diacrônica.....	38
3.4.6 Análise sincrônica	44
3.5 ANÁLISE DE DADOS	44
3.5.1 Cor	46
3.5.3 Modelagem Ampla.....	46
3.5.4 Preço	47
3.6 CRIATIVIDADE	48
4 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	50
4.1 FERRAMENTAS DE CRIATIVIDADE	50
4.2 PRIMEIRA ESTAMPA	52
4.3 TESTE	58

4.4 SEGUNDA ESTAMPA.....	60
4.5 TERCEIRA ESTAMPA	64
4.6 QUARTA ESTAMPA	70
5 FINALIZAÇÃO	74
5.1 DESENHO CONSTRUTIVO.....	74
5.1.1 Desenho da estampa Haikaiss	75
5.1.2 Desenho da estampa Costa Gold.....	76
5.1.3 Desenho da estampa Racionais	77
5.1.4 Desenho da estampa Emicida	78
5.2 SOLUÇÃO	79
6 CONCLUSÃO	79
7 REFERÊNCIAS	80
7.1 TEXTO	80
7.2 IMAGEM.....	82
7.3 MÚSICA.....	89
7.4 VÍDEO	89

1 INTRODUÇÃO

O rap é definido como uma cultura de rua que almeja ser não somente um estilo musical, mas também um movimento e um estilo de vida. De origem humilde, o rap surgiu no Bronx, em Nova York, no início dos anos 70, servindo como um meio de alegrar festas de rua nos bairros pobres das metrópoles norte-americanas e, também, como uma forma de dar voz a quem vivia à margem da sociedade. (TEPERMAN, 2015).

Esse movimento musical chega no Brasil em 1986 - principalmente em São Paulo - e grande parte da população não o recebe muito bem, pois era considerado um estilo musical violento e da periferia (TEPERMAN, 2015). No início dos anos 90 grupos de rap começaram a surgir no cenário nacional, os quais faziam parte, normalmente, de contextos periféricos dentro da sociedade. Com o tempo o movimento passou a ter um papel importante e atuante nas comunidades em relação a questões como os trabalhos sociais, as políticas públicas de desenvolvimento, a ascensão da classe C e a popularização de meios de comunicação democráticos (internet). Desta maneira, o rap passou a atingir camadas da sociedade que antes não se interessavam pelo assunto e se tornou cada vez mais popular. Importa ressaltar também que própria periferia mudou, as ações afirmativas para ingresso no ensino superior, o ganho de poder de compra e acesso a equipamentos e informações fizeram com que o público do rap se transformasse. Os produtores e MCs ganharam mais espaço e o que era apenas um movimento de rua e cultural se tornou um negócio, uma forma de entretenimento e um estilo de vida a ser consumido.

Assim, atualmente, dentro do movimento a indumentária tem uma grande importância, servindo como uma ferramenta de afirmação; como diz a letra da música *Só Diretoria* do grupo Tribo da Periferia: “E tamo aí na rua sem disfarce, trajando o uniforme que representa nossa classe”. Pode-se, portanto, notar no trecho citado que os integrantes do movimento do rap se consideram como um grupo que tem um uniforme que os define, convergindo com o que Barnard explica ao dizer que “é a interação social, por meio da indumentária, que constitui o indivíduo como um membro do grupo, e não vice versa” (BARNARD, 1996).

O “uniforme” do rap, no entanto, necessita muitas vezes de diversos acessórios para ser composto, por exemplo a utilização conjunta de bonés, correntes, camisetas etc. A partir disso, enxergou-se a possibilidade de transformar uma camiseta, que seria apenas uma peça de roupa, em um item essencial de um “uniforme” que servirá como um

veículo de comunicação do estilo do rap. Caracterizando, portanto, o usuário como pertencente a esse movimento e também atuando como ferramenta de disseminação do gênero musical.

Logo, nesse projeto, coletou-se dados a partir de um questionário elaborado pelo autor e, também, referências de estilo desde os anos 80 até a atualidade; em busca de verificar quais são os elementos que deveriam compor uma camiseta que represente a identidade do movimento do rap. Assim, para atingir esse objetivo, foi utilizada a metodologia desenvolvida por Munari (1981), a qual foi selecionada pelo autor que pois a considera eficiente na solução de problemas relacionados a design e no desenvolvimento de um produto completo e eficaz.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Desenvolver uma coleção de camisetas estampadas que comunique o estilo do rap.

1.1.2 Objetivos Específicos

- conhecer o cenário atual do rap no Brasil;
- pesquisar o perfil dos consumidores de rap;
- elaborar estampas de acordo com as preferências do público-alvo;
- aplicar as estampas em camisetas.

1.2 JUSTIFICATIVA

Milhares de jovens hoje no Brasil se identificam com o rap e fazem dele um companheiro no seu cotidiano. Com o público aumentado a cada dia e com a disseminação, ainda que pequena, da cultura negra e de rua dentro do cenário popular, o estilo de se vestir considerado “do rap” já não é mais tão definido e muitas vezes para expressar seu gosto e sua identidade o fã precisa combinar peças e acessórios diferentes, o que em certos contextos não é possível. Dessa forma, por muitas vezes, se faz necessário a criação de uma peça de roupa que por si só consiga comunicar um estilo e afirmar uma identidade possibilitando a expressão pessoal sem gerar grandes custos.

Além da questão da representação, o vestuário também pode auxiliar em questões relacionadas a industrialização e comercialização do gênero musical do rap; em outras palavras, através de uma coleção de camisetas podemos cooperar com o crescimento do mercado relacionado ao estilo musical e colaborar com a disseminação e promoção do rap. Importa ressaltar ainda que o estilo do movimento tem sido classificado como parte do mercado *streetwear*, um nicho criado em torno da cultura do skate, mas que hoje representa o estilo do jovem urbano. Essa associação acontece por ambos os movimentos terem características que se repetem, como a marginalidade, a transgressão e a contracultura.

Na vida do autor o rap sempre se fez presente, conheceu gênero ainda quando criança, quando lhe foram apresentadas músicas do estilo, mas foi se aprofundar apenas anos depois, ouvindo mais músicas, comprando produtos, e hoje o rap o acompanha no dia-a-dia.

1.3 DELIMITAÇÕES

As delimitações do projeto se concentraram no desenvolvimento de 4 estampas ilustradas que comuniquem o estilo do rap, porém, não trazendo como problemática o desenvolvimento das camisetas no quesito de corte, costura e modelagem. As estampas serão aplicadas à camisetas como um protótipo do produto, além da apresentação em *mockup*, e em formato impresso em papel couchê a3.

2 METODOLOGIA

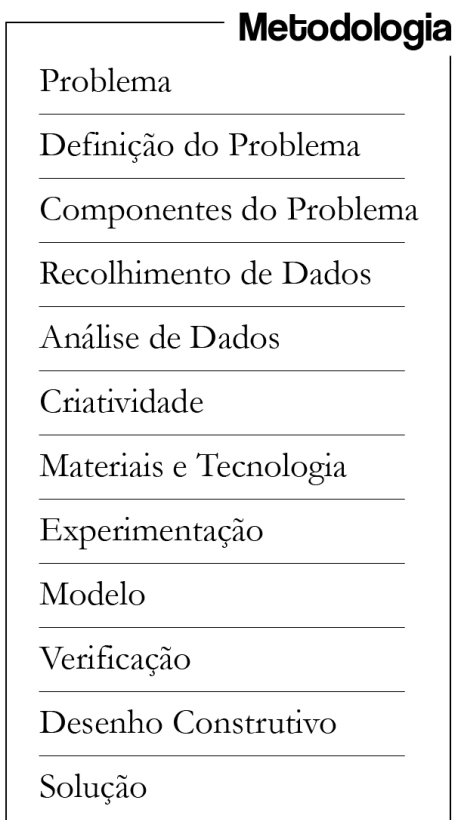
A utilização de um método no desenvolvimento de um produto de moda sistematiza a elaboração do projeto, auxilia na organização de ideias e na definição de metas; portanto, tudo fica mais claro e é possível se focar em cada etapa do problema de maneira eficaz. A metodologia, ao contrário do que muitos pensam, não limita a criatividade, mas fornece a pessoa criativa as ferramentas necessárias para obter êxito em sua jornada, como explica Munari (1981):

Criatividade não significa improvisação sem método: dessa maneira apenas se faz confusão e se cria nos jovens a ilusão de se sentirem artistas livres e independentes. A série de operações do método projectual é feita de valores objectivos que se tornam instrumentos de trabalho nas mãos do projectista criativo. (MUNARI, 1981, p.21).

Assim, em uma sociedade cada dia mais complexa, os dilemas relacionados a elaboração de um produto se apresentam cada vez mais intrincados e tentar resolvê-los de maneira puramente intuitiva é ineficaz e inapropriado. (CARDOSO E PICOLI, 2013).

Para o presente trabalho, foi utilizada a metodologia proposta por Munari (1981), com o objetivo de definir os elementos do problema estabelecido, já que, segundo o autor, projetar é fácil quando se sabe como fazê-lo.

Figura 1: Metodologia proposta por Munari (1981).



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Essa metodologia consiste em doze passos para desenvolver o produto e solucionar o problema, no entanto, como o presente projeto

apresentava como objetivo o desenvolvimento de estampas ilustradas passíveis de aplicação em camisetas, sentiu-se a necessidade em fazer algumas alterações na proposta de Munari (1981). Logo, as seis primeiras etapas foram reunidas em uma macro-etapa denominada Pesquisa (ver Figura 2).

Figura 2: Etapa de Pesquisa.

Pesquisa	
Problema	O processo de criação de um produto inicia a partir da necessidade de resolver um problema.
Definição do Problema	Para começar é necessário se definir precisamente qual o problema a ser solucionado.
Componentes do Problema	Aqui fragmenta-se o problema, definindo seus principais componentes, diretos e indiretos.
Recolhimento de Dados	São recolhidas informações pertinentes aos componentes do problema que possam auxiliar na sua solução.
Análise de Dados	As informações reunidas anteriormente são analisadas.
Criatividade	Se constroem então painéis semânticos para representar o que foi o obtido com o recolhimento e análise de dados.

Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Em contrapartida, as etapas de *materiais e tecnologias*, *experimentação*, *modelo* e *verificação*, foram condensadas em outra etapa-macro, denominada Geração de Alternativas, a fim de que houvesse melhor adaptação da metodologia ao produto final, conforme observa-se na figura a seguir.

Figura 3: Etapa de Geração de Alternativas.

Geração de Alternativas	
Materiais e Tecnologia	Nessa etapa são observados os materiais e as tecnologias disponíveis e fica decidido quais serão utilizados.
Experimentação	Na experimentação são feitas aplicações das técnicas, tecnologias e instrumentos possíveis, então são geradas algumas amostras.
Modelo	Nesta etapa são criados modelos físicos do produto.
Verificação	Com os modelos prontos é feita uma análise para encontrar ajustes e modificações que possam trazer melhorias.

Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

As duas últimas etapas, *desenho Construtivo* e *solução*, foram condensadas na etapa Finalização e podem ser contempladas na figura abaixo.

Figura 4: Etapa de Finalização.

Finalização	
Desenho Construtivo	Aqui são desenvolvidos desenhos de construção do produto com as medidas precisas e os detalhes necessários para a produção final.
Solução	Ao chegar nesta etapa o produto é então concretizado solucionando o problema definido no início do projeto.

Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

A seguir será detalhado como cada uma dessas etapas atuaram no desenvolvimento dessa coleção de camisetas estampadas voltadas para o movimento do rap.

3 PESQUISA

Nesta seção do trabalho foram abordadas as seis primeiras etapas da metodologia de Munari (1981), elencando passo a passo cada fase do processo de criação, adaptando-a ao problema definido.

3.1 PROBLEMA

Para Munari (1981) o problema do design nasce de uma necessidade, no caso desse projeto de moda a necessidade se relaciona em uma peça de roupa que consiga comunicar, por si só, o estilo do rap no Brasil.

3.2 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

De acordo com Munari (1981) a *definição do problema* auxilia na hora de estabelecer limites em que o designer irá trabalhar. Assim, nessa pesquisa o problema trata-se não somente de como comunicar o estilo do rap através de uma coleção de camisetas, mas também de todas as questões que lhe rodeiam, desde a transformação do público-alvo e os elementos visuais (cores, formas etc.) até os próprios artistas/grupos que fazem parte do gênero.

Atualmente, o estilo é disseminado através de diversos elementos do vestuário numa única composição, ou seja, o uso de vários acessórios como: boné, chapéu, correntes, tênis etc; auxiliam na criação e propagação de um estilo. Por outro lado, sabe-se do “poder” que a camiseta tem como meio de comunicação e representação de movimentos *underground* e de expressão da contracultura que, muitas vezes, não conta com o apoio da grande mídia (BAQUIT, 2012). Em vista disso, esse projeto encara como uma grande oportunidade utilizar a camiseta como veículo de comunicação da cultura do rap.

Deste modo, define-se a seguinte questão-problema: quais são os elementos necessários em uma camiseta para que ela se torne um veículo de comunicação do estilo do rap?

3.3 COMPONENTES DO PROBLEMA

Uma forma de descomplicar o desenvolvimento do projeto é constatar os pequenos problemas que se escondem por trás dos grandes problemas, resolvendo-os um a um. Para Munari (1981), o princípio de dividir um problema em seus componentes ajuda na obtenção das

informações necessárias de cada problema menor em particular e assim poder elaborar o projeto com maior segurança.

Os componentes do problema são divididos em duas categorias: os diretos que são aqueles que interferem diretamente na solução final do problema, sendo indispensável sua abordagem para que o solução final seja satisfatória; e os componentes indiretos que não comprometem diretamente o objetivo geral, mas devem ser abordados como fontes de dados para a solução do problema.

Estão citados abaixo os componentes desse trabalho e na etapa de coleta de dados cada um deles será abordado individualmente a fim de responder a questão-problema de pesquisa.

3.3.1 Componentes diretos

Apontam-se como componentes diretos os seguintes elementos:

- a) *softwares* de ilustração;
- b) a camiseta;
- c) técnicas de estamparia;
- d) questionário.

3.3.2 Componentes indiretos

Apontam-se como componentes indiretos os seguintes elementos:

- a) análise diacrônica;
- b) análise sincrônica.

3.4 COLETA DE DADOS

Segundo Munari (1981), a etapa de *recolhimento de dados* se refere aos componentes definidos para o problema, conforme citados na etapa anterior. Esta coleta serviu de base para o desenvolvimento do projeto.

3.4.1 Software

Os *softwares* mais comuns atualmente, no segmento de ilustração digital e tratamento de imagem, são os que pertencem ao pacote Adobe. Seu conjunto de pacotes é intuitivo e acessível, além de fornecer o suporte necessário para que os arquivos sejam elaborados da melhor forma para cada tipo de processo de estamparia, tendo em vista

que cada técnica exige uma construção e fechamento de arquivo diferente.

3.4.2 Técnicas de estamparia

Com o crescimento do mercado e a evolução da tecnologia novas técnicas de estamparia são descobertas constantemente, sempre visando um produto de melhor qualidade com um preço mais acessível.

Os métodos aqui abordados são, atualmente, os mais comuns encontrados e utilizados pelo mercado na confecção de camisetas e que seriam mais acessíveis para uma produção inicial. O processo de estamparia se divide, basicamente, em quatro técnicas diferentes: *transfer*, sublimação, estamparia digital e serigrafia (*silk-screen*).

A seguir são explicados de maneira mais específica cada um dos processos aqui citados, os pontos positivos e negativos de cada um e como podem alterar o resultado do produto final.

- *Transfer*: o método de *transfer* é um dos mais difundidos atualmente, ele acontece através da termo-transferência, onde uma imagem impressa com tinta especial em papel *transfer* é colocada em uma prensa térmica que transfere a imagem para o local escolhido através da pressão e do calor. Como nesse método a tinta fica localizada sobre o tecido, podendo descascar facilmente com o uso, é ideal para camisetas utilizadas em eventos que duram poucos dias, já que seu custo de produção é menor que os outros métodos pois o custo fixo quase não varia com o número de camisetas produzidas.

Figura 5: Fotografia sobre a técnica *transfer*.



Fonte: HR Confecções (2016).

- Sublimação: é conhecido como o processo onde o sólido se transforma em gás sem passar antes pelo estado líquido. Como no processo de transfer, aqui é utilizado uma impressão com tinta especial sublimática e a prensa térmica que transfere a imagem para o material desejado. Na sublimação as peças produzidas são mais resistentes a arranhões, lavagens e variações de temperatura, já que a tinta adere ao tecido, além de que a riqueza em detalhes é maior do que a serigrafia, o custo é também um fator positivo em relação com a serigrafia já que o preço fixo não varia muito com a quantidade que é produzido. Um ponto fraco é que para ser usada a sublimação o tecido tem que ser sintético na maioria de sua composição, e de preferência em cores claras, já que em peças escuras a sua qualidade é inferior.

Figura 6: Fotografia sobre o processo de sublimação.



Fonte: Seytam Serigrafia (2016).

- Estamparia digital: também conhecido como impressão têxtil, é um processo de estamparia novo, mas eficiente. Funciona como uma impressora de papel, mas a impressão é feita direto no tecido que depois passa por uma etapa de secagem, utilizando uma prensa térmica e um papel especial para proteger a tinta. Esse processo permite a utilização de um número maior de cores do que os métodos mais tradicionais, além de ser mais sustentável pois utiliza 75% menos água e o desperdício do produto final é menor. Pode ser aplicado no tecido em rolo ou então em estampa localizada. É ideal para peças avulsas ou produções pequenas, por sua facilidade de customização e agilidade no processo. Por ser um método novo, ainda está em evolução, e o seu custo não é tão acessível, mas com o aumento de demanda a tendência é a diminuição do custo do processo.

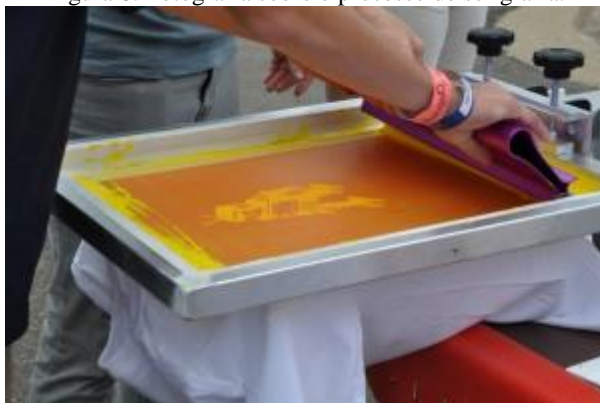
Figura 7: Figura sobre o processo de estamparia digital.



Fonte: Tecmundo (2014).

- Serigrafia (*silk-screen*): é o processo mais antigo dos três, sendo um método lento que utiliza de telas, tinta e puxador. As telas que originalmente eram feitas de seda, por isso o nome *silk-screen*, são também hoje feitas de náilon, e possuem micro furos por onde a tinta passa quando aplicada pressão com o puxador, assim atingindo o tecido apenas nas áreas desejadas. Em cada tela é utilizada apenas uma cor, por isso são feitas várias telas para cada estampa tornando o processo mais lento e suscetível a pequenos erros. É uma opção melhor para produções em grande quantidade, já que uma tela depois de pronta pode ser usada quantas vezes for necessário, tendo seu preço diluído no número de camisetas produzidas, além disso a técnica de serigrafia tem uma qualidade superior as outras quando aplicada em tecidos escuros.

Figura 8: Fotografia sobre o processo de serigrafia.



Fonte: Faz Fácil Artesanato (2016).

3.4.3 A camiseta

A camiseta com modelagem ampla sempre esteve presente no estilo do hip-hop e do rap, sua origem não é certa, mas foi bastante popularizada na década de 90 com o surgimento e ascensão do *gangsta rap* (*rap gangster*), onde muitos dos artistas do estilo eram membros de gangues e passaram pelo sistema penitenciário norte americano. Dentro da prisão os detentos tinham seus cintos e cadarços removidos por motivos de segurança relacionado a possíveis suicídios. Confinados atrás das grades e uma alimentação ruim os presos perdiam peso, e sem os cintos suas roupas ficavam largas e caídas. Após sair da cadeia os

rappers mantinham esse estilo como um modo de afirmação e de se colocar como um “cara durão”, que já havia sido preso. Dessa forma, ao alcançarem um certo nível de fama e terem seus videoclipes e fotos divulgados na grande mídia o estilo passou a ser utilizado por uma gama maior de pessoas que não necessariamente faziam parte de gangues ou haviam ido para a prisão.

Figura 9: Fotografia que ilustra a modelagem ampla.



Fonte: Loja Vvar (2016).

3.4.4 Questionário

Como parte da etapa da coleta de dados foi elaborado e aplicado um questionário com 15 perguntas para traçar um perfil básico sobre os consumidores de rap e entender quais suas expectativas em relação ao mercado do vestuário alinhado ao gênero do rap, o mesmo se encontra no apêndice ao fim do trabalho. As questões foram respondidas por um total de 148 pessoas, sendo que toda a divulgação e coleta de dados feita online. Desta maneira, importa ressaltar, que foi utilizado o site Typeform para a criação e aplicação do questionário, além de grupos sobre rap no Facebook para a divulgação da pesquisa.

O público entrevistado se concentra em jovens entre 16 e 26 anos moradores do estado de São Paulo e do Rio de Janeiro, com uma maioria esmagadora de homens somando 94% dos envolvidos. Quase todos já ouvem rap a mais de 3 anos, praticamente todos os dias, e

apenas 6% dos entrevistados começaram a ouvir rap a 2 anos ou menos, demonstrando que esse público se encontra envolvido com o gênero, não sendo apenas um momento passageiro. Quando perguntado quais grupos preferidos e ouvidos com maior frequência, foram citados 89 grupos/artistas, evidenciando o tamanho do cenário atual de rap no Brasil e sinalizando um mercado a ser explorado.

Mais da metade dos respondentes disseram considerar o estilo da roupa como um elemento importante para quem faz parte do rap como um movimento, além disso, 97% dos entrevistados disseram que a camiseta pode ser utilizada comunicar e divulgar o estilo do gênero.

Segundo as respostas obtidas no questionários, os elementos que compõem uma camiseta como pertencente ao rap são a estampa, cores neutras e modelagem larga. Logo, para os entrevistados, uma estampa adequada que represente melhor o estilo do rap deve conter imagens de grupos/artistas do gênero.

3.4.5 Análise diacrônica

A análise diacrônica é a reunião de um material histórico que visa apontar a evolução e as transformações que sofreram um produto durante um determinado período de tempo. Tendo isso em vista, em relação ao estilo de vestimenta usado no rap foram alisados, separadamente, exemplos de roupas usadas por rappers e camisetas do universo do rap nas décadas de 80 e 90, até os anos 2000 e os dias atuais.

a) Anos 80

Como o rap nasceu dentro do movimento do hip-hop sua estética foi influenciada inicialmente pelo seu estilo, com chapéus Kangol, agasalhos, correntes pesadas e tênis Adidas com cadarços largos a estética *b-boy* foi fortemente adotada pelos rappers mais relevantes dessa década.

Figura 10: Painel de roupas dos anos 80.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

A seguir foi elaborado um painel contendo algumas camisetas do segmento do rap da década de 1980, pode se notar a cor preta como cor dominante, todas as estampas podem ser classificadas como tipográficas, exibindo *letterings* com o nome de grupos e gravadoras, em dois casos a imagem do artista LL Cool J e do grupo RUN DMC aparecem respectivamente nas estampas. As cores utilizadas são poucas, tipografia é em sua maioria pesada, sem serifa e de cor marcante, geralmente em contraste com a cor da camiseta.

Figura 11: Painel de camisetas dos anos 80.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

b) Anos 90

Os anos 90 ficaram muito marcados pela cultura das gangues de rua onde nasceu o rap *gangsta*, e o estilo ficou mais largado, com uma modelagem mais ampla, com botas *worker* e flanelas em alta.

Figura 12: Painel de roupas dos anos 90.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

A seguir foi elaborado um painel contendo algumas camisetas do rap da década de 1990, nota-se a persistência da cor preta como predominante, nesse período as estampas já apresentam mais cores e figuras mais realistas, os *letterings* se mantêm trazendo o nome de grupos/artistas, dessa vez também logos dos grupos aparecem concomitantemente a tipografia.

Figura 13: Painel de camisetas dos anos 90.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

c) Anos 2000

Nos anos 2000 os rappers já eram estrelas internacionais e o mercado e a indústria já estavam consolidados dentro do meio. A vestimenta “folgada” e ampla se manteve, correntes e anéis estavam cada vez mais presentes e bandanas *du-rag*, faixas e munhequeiras tiveram a sua vez. No final dos anos 2000 alguns rappers já se mostravam interessados na alta costura com uma estética um pouco mais fina portando marcas grandes como Ralph Lauren, Versace e Givenchy.

Figura 14: Painel de roupas dos anos 2000.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

A seguir foi elaborado um painel contendo algumas camisetas do rap da década de 2000. Percebe-se uma estética mais minimalista se apresentando nas estampas, mesmo com figuras mais realistas presentes o número de cores acaba diminuindo e a cor preta perde um pouco de sua predominância. A tipografia segue exibindo o nome de grupos e artistas mas agora também traz marcas (A Bathing Ape - BAPE, G Unit, Supreme) que começam a transitar em maior escala por esse mercado.

Figura 15: Paineis de camisetas dos anos 2000.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

d) Atualmente

O rap é um gênero musical sólido ao redor do globo, atualmente, rappers fazem parte das listas de artistas mais bem pagos dos últimos anos (GREENBURG, 2015). A estética mais larga, com modelagem ampla ainda persiste, mas não é absoluta, roupas justas também fazem parte do vestuário atual do rap. O mundo da moda e o mundo do rap andam mais próximos do que nunca, temos rappers não apenas fazendo colaborações, mas também desenhando coleções pra marcas já estabelecidas, como Kanye West desenhando tênis para Adidas e, aqui no Brasil, Emicida desenhando uma coleção (Corre Sempre) para a marca West Coast.

Figura 16: Pannel de roupas atuais.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

A seguir foi elaborado um painel contendo algumas camisetas do segmento do rap atualmente.

Figura 17: Pannel de camisetas atuais.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

3.4.6 Análise sincrônica

A análise sincrônica é uma técnica que serve para identificar o meio em que seu produto esta inserido. Por meio da comparação com produtos considerados concorrentes pode se traçar uma estratégia de desenvolvimento e perceber oportunidades de atuação. Logo, através do questionário, selecionamos as marcas consideradas, pelos respondentes, representantes do estilo do rap e construímos um quadro de análise sincrônica.

Figura 18: Quadro de análise sincrônica das marcas escolhidas pelos participantes.

Marca	 Supreme	 Thug Nine	 Rexpeita	 Nike	 Double G
Produto					
Preço	U\$ 40,00	R\$ 142,00	R\$ 105,00	R\$ 129,90	R\$ 79,00
Cores	Camiseta preta com estampa em preto e branco.	Camiseta preta com estampa em vermelho e branco.	Camiseta preta com estampa em preto e branco.	Camiseta preta com estampa em tons de dourado.	Camiseta preta com estampa em preto e branco.
Formas (da estampa)	Orientação paisagem, forma geométrica.	Formas orgânicas e contornos definidos, orientação retrato.	Formas orgânicas e contornos definidos.	Formas claras bem definidas.	Forma geométrica, orientação retrato.
Estilo (da estampa)	Fotomanipulação e lettering tipográfico.	Pixo com o nome da marca, ilustração de um personagem com características de grafitti.	Tipografia expressiva, formas orgânicas e contornos definidos.	Tipografia com a logo da marca, minimalista, clean.	Fotomontagem com logotipo.

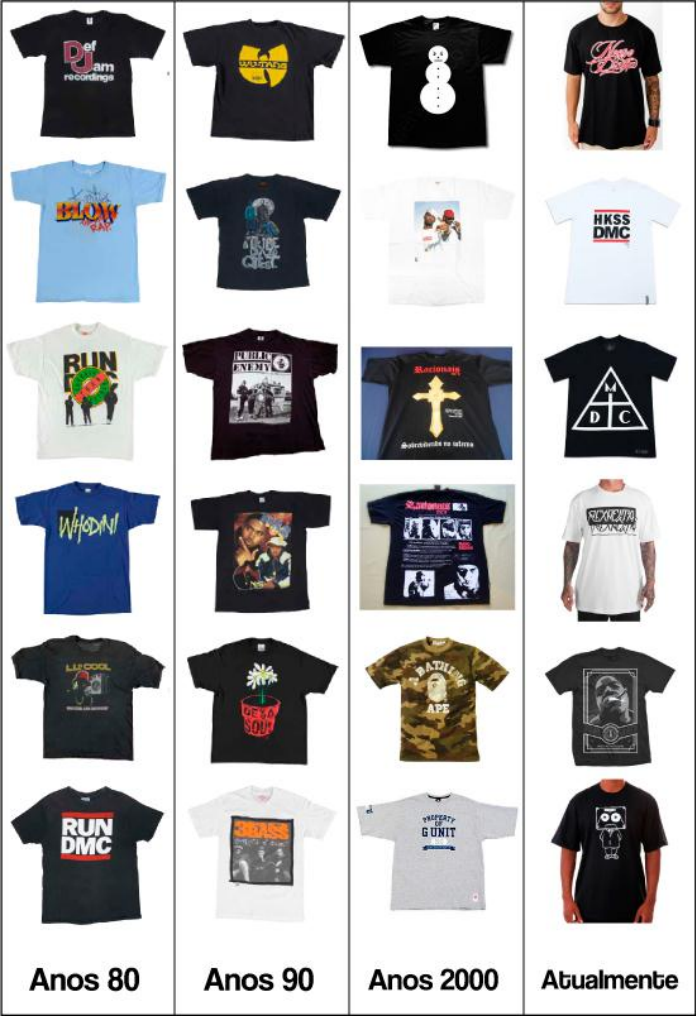
Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

3.5 ANÁLISE DE DADOS

A análise de dados consiste em, basicamente, organizar os dados já coletados (questionário) juntamente com as referências (análise

diacrônica e sincrônica) estudadas a fim de compreender profundamente a área proposta para o projeto. Em vista disso, foi elaborado um painel que coloca lado a lado os exemplos de camisetas de cada década abordada na análise diacrônica, possibilitando uma visão geral e a comparação simultânea dos elementos que compõe a camiseta como uma peça de roupa do estilo do rap.

Figura 19: Painel de todas as camisetas analisadas diacrônicamente.



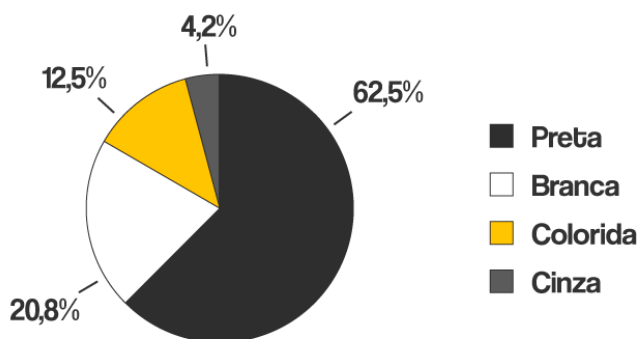
Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Analizamos então quatro fatores importantes, que definimos durante a pesquisa, para responder a questão fundante do projeto. Sendo eles apresentados abaixo.

3.5.1 Cor

Em relação a coloração das camisetas, foi observado que durante todas as décadas, desde a criação do rap até os dias atuais, a cor preta aparece predominantemente. O gráfico abaixo demonstra essa constatação que condiz com as repostas obtidas no questionário, onde 67% dos interrogados selecionaram preta como a cor de camiseta que usam com maior frequência.

Figura 20: Representação da cor das camisetas nos painéis de análise diacrônica.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

3.5.3 Modelagem Ampla

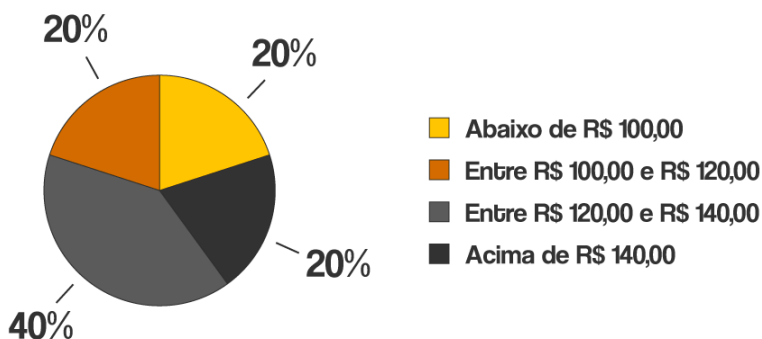
O caimento da roupa, que no meio do rap se refere a modelagem ampla, é, segundo as respostas obtidas pelo questionário, o segundo elemento que mais representa o estilo do rap e para 40% dos respondentes o que mais importa na hora de comprar uma camiseta. No quadro acima se observa que através das décadas a tendência de usar modelagem larga sempre se fez presente, com a manga mais comprida que vai até aproximadamente o cotovelo e o comprimento que ultrapassa a linha do quadril teve sua estética adaptada para o que hoje é conhecido

como *tall tee*, em português camiseta alongada, que é recorrente nas coleções de marcas não necessariamente do segmento de *streetwear*.

3.5.4 Preço

A média de preço de camisetas das marcas tratadas na análise sincrônica é significativamente maior do que a faixa de preços apontada como ideal pelos que responderam o questionário. Apenas 13% dos entrevistados considera pagar mais do que R\$ 80,00 por uma camiseta, enquanto 53% consideram ideal uma faixa de preço entre 40 e 60 reais. Isso demonstra uma disparidade entre o que consumidor quer/pode pagar e o que realmente está disponível no mercado. O gráfico abaixo exibe os preços recolhidos na análise sincrônica das marcas propostas pelos entrevistados, onde é possível visualizar que apenas uma pequena parcela está dentro do preço esperado pelos nossos respondentes.

Figura 21: Representação dos valores das camisetas de marcas indicadas pelos entrevistados.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Por fim, nessa etapa foram analisados dados que serão relevantes e relembrados durante todo projeto, principalmente na etapa de geração de alternativas.

Figura 23: Painel de Inspiração.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Figura 24: Cartela de cores.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

As cores definidas para o desenvolvimento da coleção foram selecionadas a partir do cruzamento de dados entre os painéis desenvolvidos e as informações obtidas nas etapas anteriores. O preto será utilizado no tecido das camisetas, enquanto o branco irá compor a base das ilustrações trazendo as demais cores da cartela nos detalhes, para dar contrastes e destaques. Ficou decidido que para manter uma

unidade visual entre as estampas será utilizada apenas a cor amarela além do jogo entre preto, branco e tons de cinza.

Assim, a partir dos painéis e da cartela de cores, foi elaborado o nome da coleção, intitulada Ouro Negro. Esse nome faz referência ao rap como uma riqueza da cultura do povo negro, e dialoga também com a escolha das cores a serem utilizadas, preto e amarelo. Essa escolha representa também a “ostentação” e a aquisição de riquezas que o rap traz como mensagem, demonstrando que um movimento (estilo musical) que vem da periferia e do povo negro também pode ser bem sucedido.

4 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

Nesta etapa, são feitos os modelos de estampas e os *mockups* representativos das camisetas. Além disso, também estão contempladas neste tópico as quatro etapas subsequentes da metodologia: *materiais e tecnologia*, *experimentação*, *modelo* e *verificação*, a fim de que os passos metodológicos fiquem mais adequados ao processo adotado para o projeto.

4.1 FERRAMENTAS DE CRIATIVIDADE

Neste tópico estão sintetizadas as etapas de *materiais e tecnologia* e *experimentação*, que para Munari (1981) consistem na busca e experimentação de novos materiais e tecnologias para a solução do problema. Uma vez que esse trabalho visa desenvolver estampas para camisetas, as tecnologias têm foco na linguagem visual e no desenvolvimento de ilustrações.

Logo, parte-se dos conceitos de Horn (1998) para definir elementos da ilustração a partir do que já foi coletado durante essa pesquisa.

De acordo com Horn *apud* Carvalho e Aragão (2012)

A linguagem visual resulta da interação entre lingüística e elementos visuais. O autor faz uso de três elementos para realizar esta interação: texto, imagem e forma. Classifica, ainda, estes três elementos como elementos verbais (texto) e elementos visuais (imagem e forma). Textos dão um formato conceitual à comunicação, além de possuir a capacidade de nomear, definir e classificar elementos, podem ainda discutir abstrações; imagens são representações gráficas

da realidade e formas se diferenciam das imagens por serem mais abstratas. (CARVALHO; ARAGÃO, 2012).

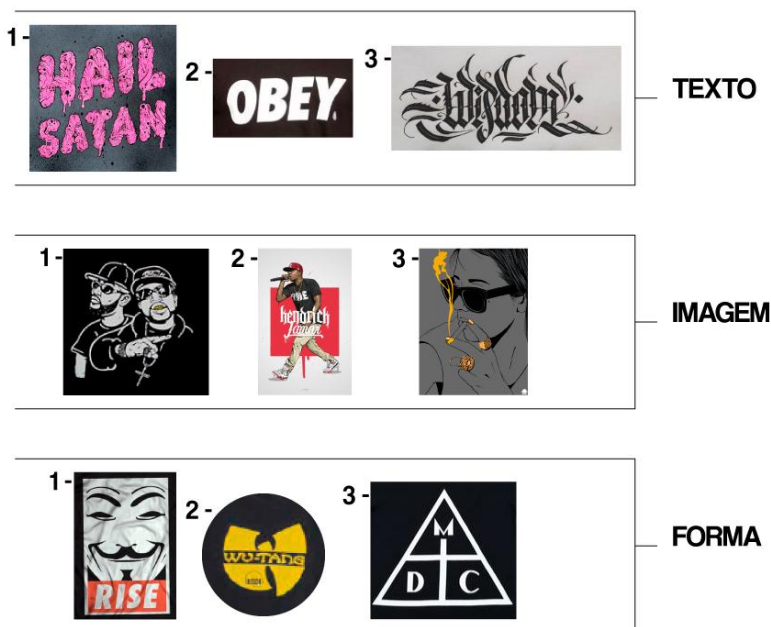
Foi elaborada, portanto, uma matriz de decisão baseada nos conceitos desenvolvidos por Horn (1998) que se encaixam adequadamente às necessidades do problema dessa pesquisa pois englobam imagem, texto e forma; os quais já foram definidos como relevantes durante a coleta e a análise de dados. Essa matriz tem como função auxiliar na hora da composição da ilustração, sendo dividida em três partes e apresentando 3 exemplos de cada elemento acima citados.

Assim, a partir dessa seleção, foram elaboradas as ilustrações contendo um elemento de cada classe (texto, imagem e forma). Importa salientar que a escolha dos exemplos foi tomada a partir dos resultados da pesquisa - cores e estilo - e também através das marcas conceituadas no mercado nesse nicho. Na seção de texto, o exemplo de número um representa a cultura *underground*, com uma estética suja, contaminada, e ao mesmo tempo forte e jovial. O número dois traz a estética de uma das grandes marcas de *streetwear*, com uma tipografia pesada, sólida e sem serifa. Em contrapartida, o número três traz um *lettering* caligráfico, com uma estética pontiaguda que passa sensação de movimento e velocidade além da semelhança com o grafitti, arte muito presente no meio do hip-hop.

Na seção de imagem tanto o exemplo de número 1 quanto o de número 2 mostram de formas diferentes a postura dos rappers, o que tem grande importância estética pois representa uma atitude marrenta e descolada. Assim, o exemplo de número 3, além da postura e da estética apurada, traz o elemento do uso de drogas como uma forma de desobediência social, postura intrínseca do rap com um movimento.

Em relação a forma, o exemplo de número 1 é de uma estampa da marca Obey, onde o retângulo funciona como uma moldura, enquadrando a ilustração. O exemplo de número 2 se refere ao símbolo do grupo Wu Tang Clan, grupo norte-americano muito importante na história do rap. Já o item de número 3 é o triângulo do coletivo DaMassaClã, grupo criado por rappers de São Paulo em prol de promover a nova geração do rap nacional.

Figura 25: Matriz de decisão.

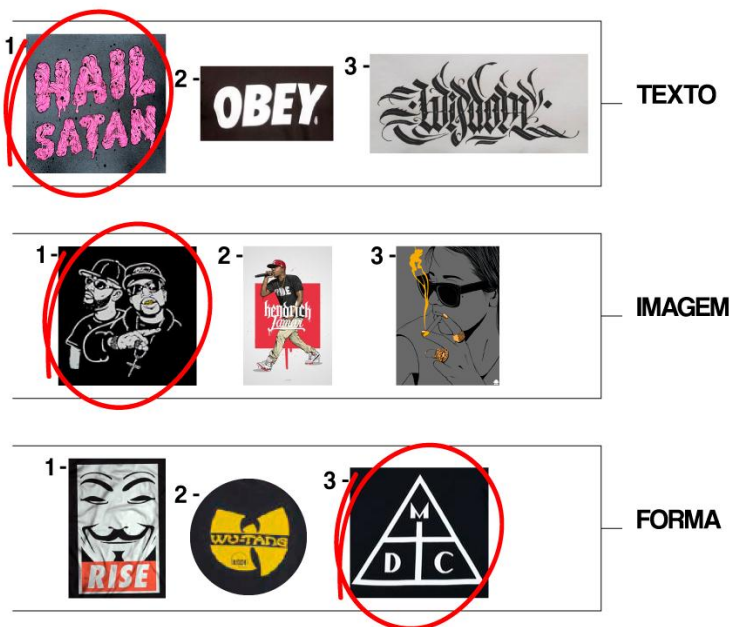


Fonte: elaborado pelo autor (2016).

4.2 PRIMEIRA ESTAMPA

Para esta primeira ilustração foi escolhido, com base no questionário, o grupo Haikaiss, composto por: MC's Spinardi, SPVic e Pedro Qaly. Após essa primeira escolha, foi recorrido a matriz de decisão onde foram selecionados os elementos de número 1 da seção de texto, 3 da seção de imagem e 3 da seção da forma para o início do processo de criação da estampa.

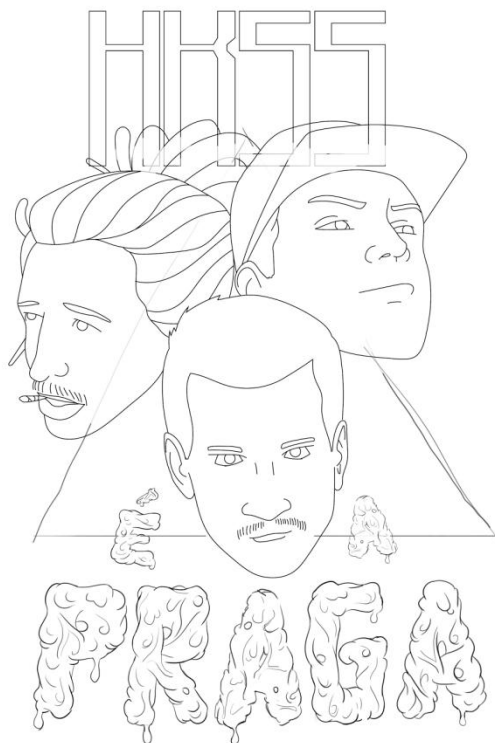
Figura 26: Matriz de decisão da primeira estampa.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

O primeiro esboço foi desenvolvido utilizando o *software* Adobe Photoshop, pois o mesmo oferece agilidade na hora de redimensionar, recortar e deformar a ilustração, além de leveza no pincel e maior semelhança com o desenho a lápis no papel. A forma escolhida representa um paralelo entre os três integrantes do grupo e o triângulo trás a lembrança do coletivo DaMassaClã, do qual a banda faz parte. Em relação ao texto, a escolha do termo *é a praga* tem como função é retomar uma palavra característica do grupo, que é repetida por diversas vezes em suas canções e nomeia o mais novo *single* do grupo. Abaixo é possível visualizar o delineamento inicial dessa estampa.

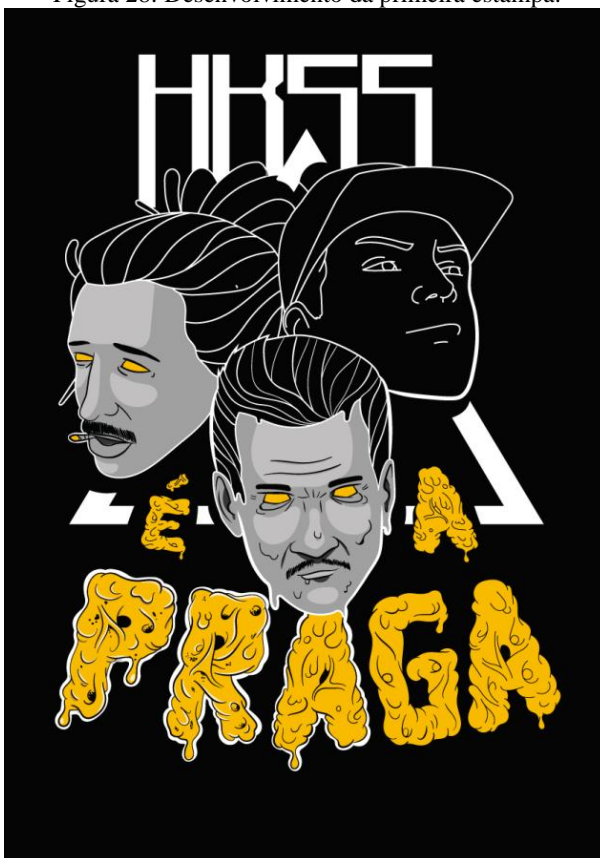
Figura 27: Primeiro esboço da primeira estampa.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Após o primeiro esboço seguem as etapas de refino da ilustração. As cores, extraídas da paleta desenvolvida com os dados colhidos, foram selecionadas e aplicadas no desenho, de modo que os tons preto, cinza e branco formam a base da estampa e o amarelo aparece como destaque em detalhes e na tipografia. Nessa etapa a ilustração foi importada para o *software* Adobe Illustrator que possibilita mais agilidade na hora de experimentar e trocar as cores, além da possibilidade de escalonamento de objetos sem a perda de qualidade de resolução. Veja abaixo a Figura 28 que ilustra essa etapa da produção.

Figura 28: Desenvolvimento da primeira estampa.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Nesse período do desenvolvimento da ilustração tornou-se visível a necessidade de algumas alterações na tipografia da parte superior, onde se lê HKSS, sendo ela compactada e alocada à frente do triângulo. Foram adicionados detalhes, nos rostos, na tipografia e no triângulo para ornar com a letra escolhida, dando um visual mais sujo que condiz melhor com a proposta da estampa. A tipografia inferior, onde se lê é a praga, apresentava uma borda branca que dava um destaque desnecessários que foi eliminada e as letra ‘é’ e ‘a’ estavam deslocadas e não contribuía para a leitura geral da ilustração, então também foram removidas, e a disposição das letras também foi alterada para uma forma mais pertinente.

Figura 29: Primeira estampa.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Tendo havido um resultado satisfatório em termos compositivos, a estampa foi finalizada e aplicada em um *mockup* através do *software* Adobe Photoshop, técnica comumente utilizada para se obter uma visualização mais próxima do resultado final. A seguir o *mockup* com a estampa.

Figura 30: *Mockup* da primeira estampa.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

4.3 TESTE

As etapas de modelo e verificação foram sinterizadas na fase de teste, pois para Munari (1981) é nesse momento que se desenvolve modelos físicos do produto para que sejam então analisados na etapa de verificação que visa encontrar ajustes e modificações que possam trazer melhorias.

Para a elaboração do modelo foi selecionado o processo de Estamparia Digital, que já foi abordado na seção 3.4.3, por ser mais acessível quando se trata de uma peça avulsa, além da agilidade no desenvolvimento que permite uma verificação mais rápida e eficiente.

O protótipo foi elaborado em uma loja da marca Korova que dispõe de uma impressora têxtil modelo F2000 (ver figura abaixo) da marca EPSON. Este modelo imprime diretamente em tecidos de algodão em alta qualidade, utilizando juntamente o *software* Garment Creator, desenvolvido pela EPSON.

Figura 31: Impressora F2000.

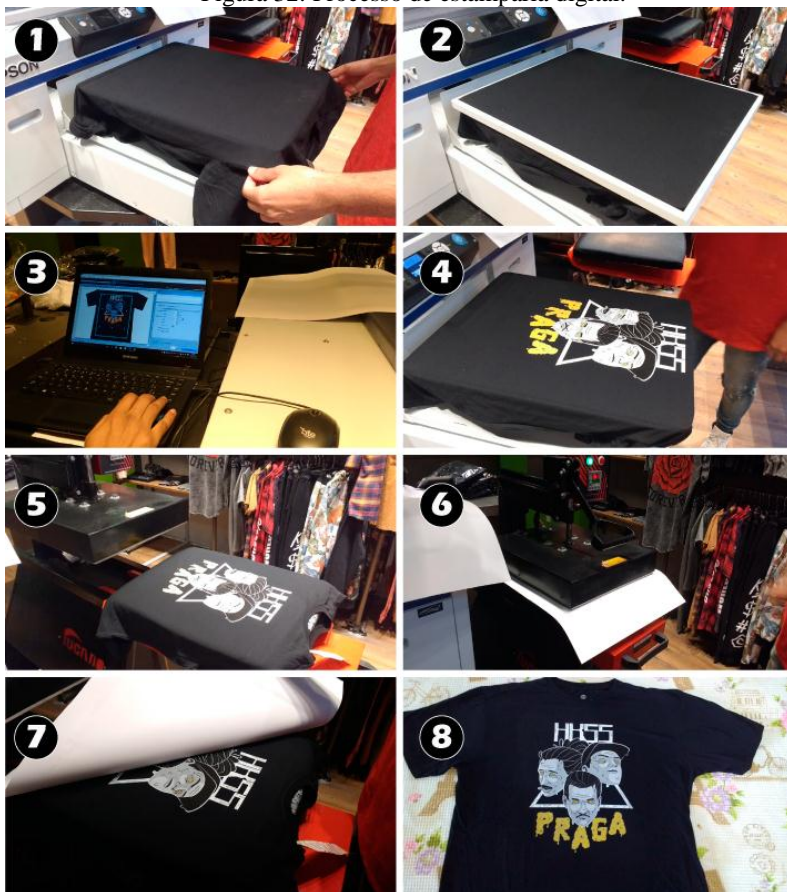


Fonte: Website da marca Epson.

Para esse processo a loja requisitou o arquivo em formato PNG com fundo transparente, que foi repassado via usb para um computador conectado à impressora. A camiseta foi posicionada na máquina e então o arquivo foi importado para o *software* Garment Creator onde suas dimensões foram ajustadas, após isso a impressão foi iniciada. Primeiro foi impressa uma camada de branco em toda superfície em que seria

aplicada a estampa, e depois as demais cores, inclusive o preto, foram adicionadas. Com o fim da impressão a camiseta foi retirada da máquina ainda com a tinta fresca, então a mesma seguiu para uma prensa térmica onde, com o auxílio de um papel especial, foi prensada para que a tinta secasse e se fixasse. A seguir algumas fotos do processo.

Figura 32: Processo de estamparia digital.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Com o modelo em mãos foi possível, através da verificação, notar a necessidade de alterações para um produto de maior qualidade.

Na ilustração utilizada para o modelo, o fundo preto e os detalhes, tanto do rosto dos personagens quanto da tipografia, foram

vazados (transparente) pois havia receio de que a cor preta da impressão tivesse uma tonalidade diferente da cor preta do tecido da camiseta. Logo, foi percebido que para os detalhes não se deve usar a transparência, pois a definição do espaço vazado na impressão é baixa, e os detalhes acabaram ficando borrados.

Tanto as tonalidades de cinza quanto a cor amarela obtiveram um acabamento satisfatório, deixando claro que nesse método de impressão podem ser trabalhadas várias cores. Dessa maneira, levando em consideração o que foi apontado na verificação, foram produzidas as outras três estampas, conforme os tópicos a seguir.

4.4 SEGUNDA ESTAMPA

Para a segunda estampa foi selecionado o grupo de rap Costa Gold que ficou em segundo lugar como grupo nacional mais escutado pelos respondentes da pesquisa. O grupo é formado pelos cantores MC's Nog e Predella e pelo DJ Cidy. A partir da matriz elaborada foram selecionados forma, imagem e tipografia para serem usadas na estampa, sendo as escolhas ilustradas abaixo.

Figura 33: Matriz de decisão da segunda estampa.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

A tipografia escolhida foi a de número um, veloz e pontiaguda ela representa a lírica “afiada” e a “levada rápida” que deu fama ao grupo. A imagem escolhida foi a de número dois, pois foi considerado que esta seria ideal para exibir os três membros do grupo de maneira diferenciada e com clareza, e por último a forma escolhida harmoniza com a escolha de imagem, além de remeter a estética da tipografia. A seguir o primeiro esboço.

Figura 34: Esboço da segunda estampa.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Depois de elaborado o esboço de maneira satisfatória a ilustração foi refinada e finalizada, as cores utilizadas foram as tonalidades de cinza, para os elementos do grupo, e a cor amarela como contraste na tipografia e com os arabescos definindo a forma geral da ilustração. A sigla CG que aparece no canto superior esquerdo da estampa são as iniciais do grupo Costa Gold, foi adicionado também a

palavra “tey” na parte inferior da ilustração, termo muito usado pelos membros dos grupos, tanto nas músicas quando no dia-a-dia.

Figura 35: Estampa Costa Gold.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Com a estampa finalizada foi produzido um *mockup* que possibilita uma visualização mais aproximada do produto final, que pode ser conferido a seguir.

Figura 36: *Mockup* Costa Gold.



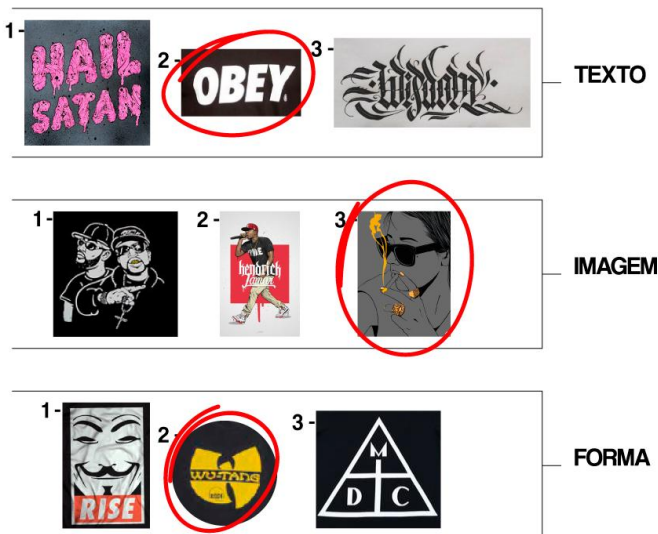
Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

4.5 TERCEIRA ESTAMPA

Para a terceira estampa foi escolhido o grupo Racionais MC's que ficou em primeiro lugar como grupo favorito do público e o quinto mais ouvido pelos respondentes. O grupo Racionais MCs é um dos mais antigos e mais importantes para a cena brasileira de rap. O grupo é composto pelos cantores Mano Brown, Edi Rock, Ice Blue, e pelo *dj* KL Jay.

Nessa estampa foram selecionados os seguintes elementos da matriz: para a tipografia foi escolhida a número um, onde pode-se trazer a fonte como um tipo pesado, sólido e bem estabilizado, que traduz a posição do grupo na cena de rap nacional atualmente. A imagem escolhida é a de número 3 que traz o contraste entre os tons de cinza e uma cor mais forte. A forma selecionada foi a de número 2, onde o círculo consegue comportar todos os membros do grupo sem colocar um acima do outro, mantendo a importância de cada um.

Figura 37: Matriz de decisão da terceira estampa.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Para a produção dessa estampa foi feito um trabalho em conjunto com o ilustrador Felipe Tadeu, que é um amigo do autor e que

já havia feito uma ilustração do grupo. Foi discutido com ele sobre a proposta do trabalho e ele concordou em ajudar, me enviou o arquivo com sua ilustração para que eu pudesse trabalhar em cima dele.

Figura 38: Ilustração base do grupo Racionais.



Fonte: Ilustração dos Racionais. Felipe Tadeu (2016).

Após o recebimento do arquivo, a ilustração foi adaptada para o formato da estampa e também adaptada para a identidade visual desenvolvida para o presente projeto. A primeira parte foi trabalhar o traçado e depois reorganizar os personagens.

Figura 39: Esboço estampa racionais.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Os personagens foram rearranjados já com a forma circular em mente sem estabelecer uma hierarquia aparente e de modo que beneficiasse o desenho de cada elemento. Dessa maneira, foi adicionado a forma circular em cor amarela e a pintura em tons de cinza aos membros do grupo, além de um traçado branco ao contorno dos

personagens e do círculo, para que os mesmos ficassem visíveis sobre o fundo preto da camiseta.

Figura 40: Estampa Racionais.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Para finalização dessa estampa foi adicionada a tipografia contendo a frase “Um preto zika truta meu disse assim”, refrão da música *Preto Zika* disponível no último álbum do grupo (Racionais). Importa salientar que para o autor esse grupo tem um forte significado pois foi por meio deles que teve o primeiro contato com o gênero do rap, através de seus amigos, ainda quando criança.

Figura 41: Estampa Racionais finalizada.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Depois de ter a estampa finalizada foi elaborado um *mockup* que permite uma contemplação mais próxima do produto final, que pode ser conferido a seguir.

Figura 42: *Mockup* racionais.

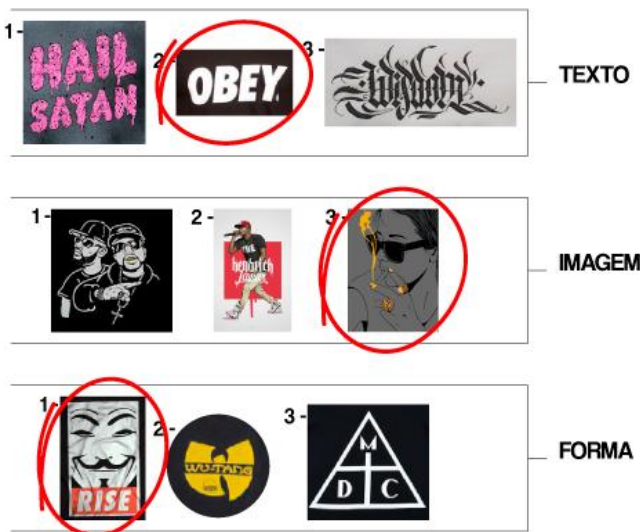


Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

4.6 QUARTA ESTAMPA

Para a quarta e última estampa foi selecionado o rapper Emicida, considerado o principal rapper da nova geração Emicida não é apenas músico, ele atua também como artista independente e empresário tendo desenvolvido sua própria gravadora, a Laboratório Fantasma, que posteriormente se transformou também em uma grife de roupas. Além de ter ficado entre os 6 artistas favoritos/mais ouvidos no questionário desta pesquisa, é o rapper favorito do autor deste trabalho. Nesta ilustração os itens selecionados da matriz foram, para a tipografia o número 2, a imagem de número 3 e a forma de número 1.

Figura 43: Matriz estampa emicida.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

A tipografia é a mesma utilizada na estampa anterior, bold, sem serifa, pesada e sólida, reforça a posição que Emicida tem no cenário atual do rap nacional em que conseguiu consolidar a nova geração de rap no Brasil. A frase é um pedaço da letra da música *Triunfo* que impulsionou a carreira do MC ao concorrer a um prêmio no MTV Video Music Brasil (VMB) em 2009. A seguir o primeiro esboço elaborado no photoshop.

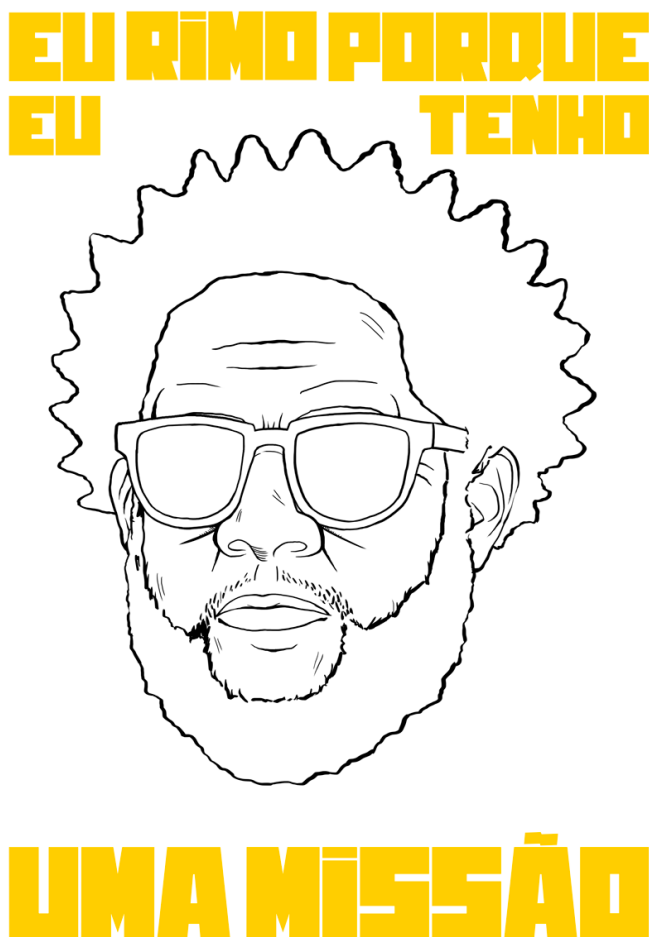
Figura 44: Esboço ilustração do Emicida.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Com o esboço elaborado foi percebido que o *lettering* estava mal posicionado, ele foi então alterado dando mais espaço a ilustração, além de ter a cor alterada para o amarelo presente na paleta de cores e nas outras ilustrações, mantendo uma linha visual em toda coleção. A seguir a estampa já em estágio inicial de refino.

Figura 45: Desenvolvimento da ilustração do Emicida.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

A partir dessa estágio a ilustração já estava satisfatória então só foi necessário finalizar, foi adicionado o fundo preto que simula o tecido da camiseta, o rosto foi pintado em tons de cinza e a mesma cor amarela da tipografia foi utilizada nas lentes dos óculos, dando destaque e centralidade atraindo o olhar do espectador. Por último foi adicionada a

forma retângular enquadrando a estampa. Abaixo pode-se ver o resultado.

Figura 46: Estampa do Emicida finalizada.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Da mesma maneira que as ilustrações anteriores, foi produzido um *mockup* com a ilustração para gerarmos uma pré-visualização da camiseta pronta. Na figura abaixo é possível ver o resultado.

Figura 47: *Mockup* Emicida.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

5 FINALIZAÇÃO

A fase de finalização inclui as duas últimas etapas da metodologia, desenho construtivo e solução.

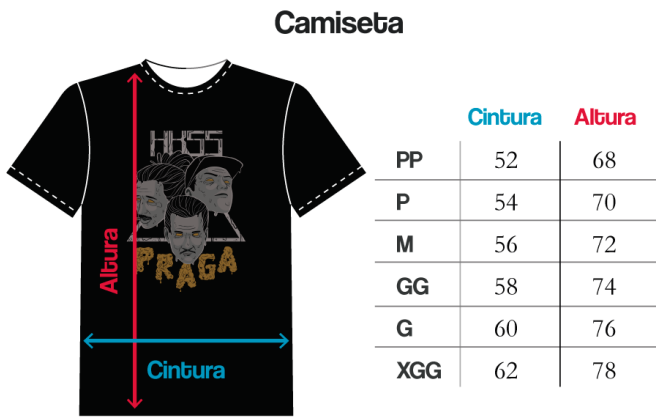
5.1 DESENHO CONSTRUTIVO

Depois da geração de alternativas e verificação é hora de começar a finalização do produto, segundo Munari (1981) a etapa de *desenho construtivo* consiste em desenvolver desenhos de maneira clara e legível com todas as informações e cotas necessárias para que sua materialização ocorra satisfatoriamente.

Assim, para esse projeto, durante essa etapa foram desenvolvidas fichas que apresentam a cota (camiseta e ilustração), as cores, o exemplo de aplicação e o desenho isolado das 4 estampas propostas para ajudar na realização efetiva das camisetas (ver próximas seções).

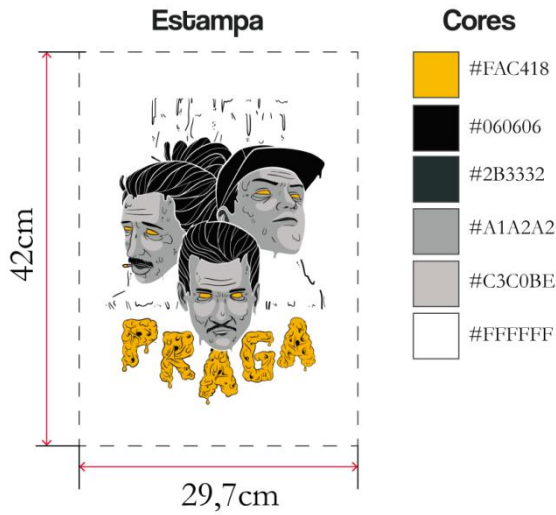
5.1.1 Desenho da estampa Haikaiss

Figura 48 : Cotas da camiseta.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

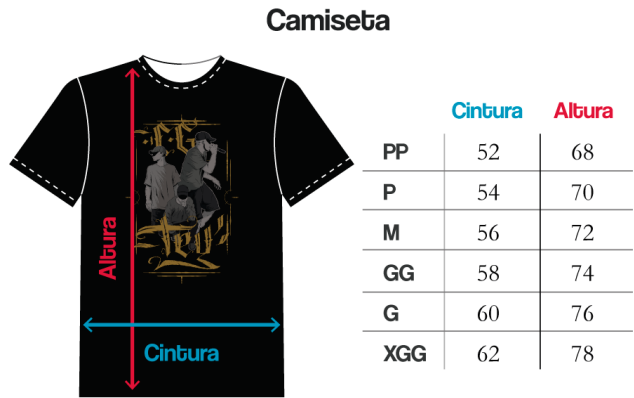
Figura 49: Cotas da estampa Haikaiss.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

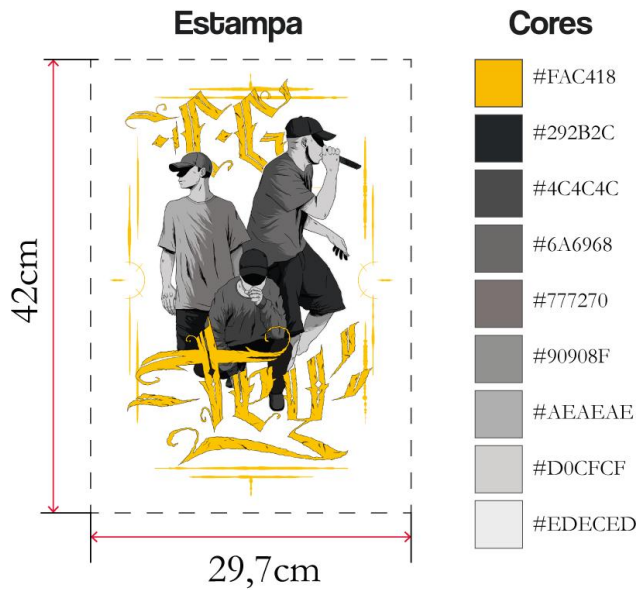
5.1.2 Desenho da estampa Costa Gold

Figura 50 : Cotas da camiseta.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

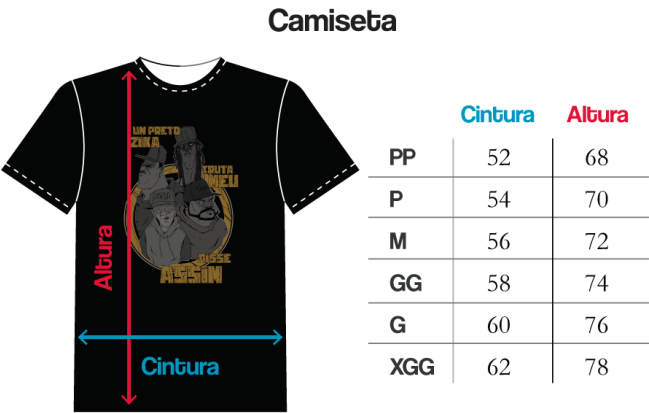
Figura 51: Cotas da estampa Costa Gold.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

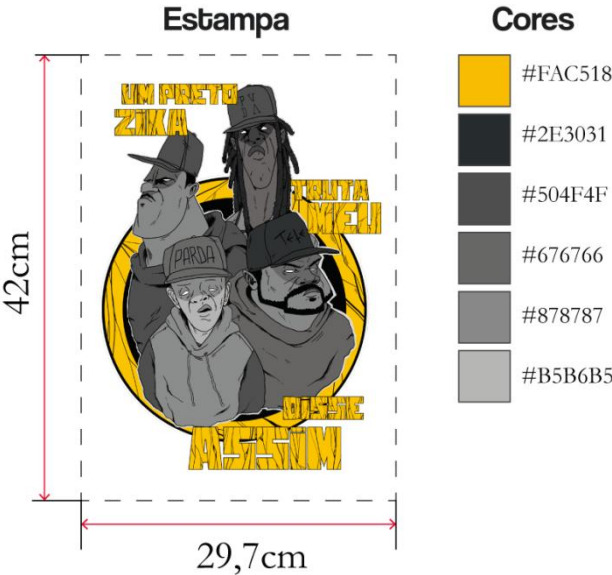
5.1.3 Desenho da estampa Racionais

Figura 52 : Cotas da camiseta.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

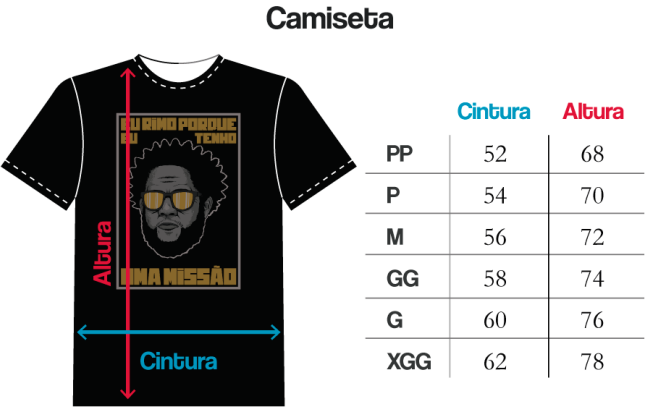
Figura 53: Cotas da estampa Racionais.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

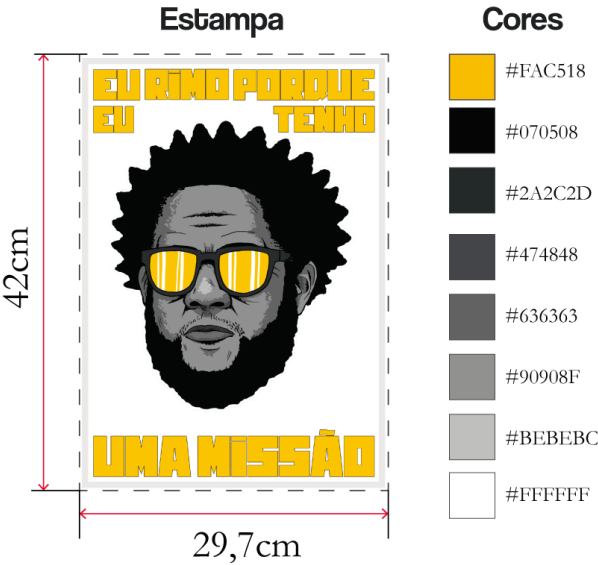
5.1.4 Desenho da estampa Emicida

Figura 54 : Cotas da camiseta.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Figura 55: Cotas da estampa Emicida.



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

5.2 SOLUÇÃO

A partir do desenho construtivo todas as estampas podem ser aplicadas em camisetas utilizando-se os procedimentos descritos no projeto. Com a materialização das camisetas pode se considerar atingida a solução do problema inicial definido para esse projeto.

6 CONCLUSÃO

A proposta desse projeto era desenvolver uma coleção de camisetas estampadas que comunicassem por si só o estilo do rap no Brasil. Seu foco ficou delimitado, portanto, em desenvolver 4 estampas ilustradas com a temática de rap nacional.

Em relação a organização de ideias e do desenvolvimento do projeto a metodologia proposta por Bruno Munari (1981) foi utilizada e adaptada. Importa ressaltar, também, que os elementos que compuseram as estampas foram definidos a partir de dados coletados através de um questionário, importante para conhecer o público alvo e quais suas opiniões sobre o assunto, além de análises históricas e de mercado referente ao gênero musical do rap.

Uma das dificuldades do projeto, do ponto de vista técnico, foi preparar uma estampa que pudesse ser aplicada em mais de uma técnica de estamparia, para tal as ilustrações foram preparadas de modo que para aplicá-las com diferentes técnicas é necessário fazer alterações no arquivo mas sem precisar comprometer a aparência da mesma. Já do ponto de vista artístico uma dificuldade foi tentar combinar os anseios do público entrevistado com as aspirações do autor do trabalho.

Por fim, conclui-se que a metodologia aplicada serviu às necessidades do projeto e que as estampas alcançaram uma qualidade satisfatória ao atingir o objetivo de se colocar como uma peça de vestuário pertencente a cultura de rap e comunicar esse estilo trazendo grandes artistas desse gênero musical envoltos a tipografias, formas e conceitos que respresentam o movimento do rap nacional.

REFERÊNCIAS

TEXTO

ALENCAR, V. **Estamparia digital: quer se especializar no assunto? Conversamos com experts sobre a tecnologia!** [s.l.]: Chic, 2011. Disponível em: <<http://chic.uol.com.br/boa-vida/noticia/estamparia-digital-quer-se-especializar-no-assunto-conversamos-com-experts-sobre-a-tecnologia>>. Acesso em: 15 out. 2016.

BAQUIT, G. **Camiseta e comunicação: reflexões sobre a indumentária nas indústrias culturais**. DAPesquisa, v. 1, p. 538-551, 2012.

BARNARD, M. **Moda e comunicação**. Tradução de Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003. 267 p. Título original: Fashion as communication.

BERTO, V. **Muito mais cores: as vantagens e o processo da estamparia digital**. [s.l.]: Blog Tendere, 2014. Disponível em: <<http://www.tendere.com.br/blog/2014/10/31/estamparia-digital/>>. Acesso em: 15 out. 2016.

CALZA, M. U. A Camiseta como Forma-Protesto no Discurso da Moda. In: **COLÓQUIO DE MODA**, 3, 2007, Belo Horizonte. 3º Colóquio de Moda BH 2007. Belo Horizonte: CIMO, 2007. v. 1. p. 1-6. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/3-Coloquio-de-Moda_2007/3_16.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2016.

CARDOSO FILHO, J.; JANOTTI JUNIOR, J. A música popular massiva, o mainstream e o underground: trajetórias e caminhos da música na cultura mediática. In: João Freire Filho; Jeder Janotti Júnior. (Org.). **Comunicação e música popular massiva**. Salvador: Edufba, 2006, v. 01, p. 11-24.

GREENBURG, Z. O. **31 artistas mais bem pagos da música em 2015**. [s.l.]: Forbes Brasil, 2015. Disponível em: <<http://www.forbes.com.br/listas/2015/12/31-artistas-mais-bem-pagos-da-musica-em-2015/>>. Acesso em: 15 jun. 2016.

KELSEY, C. **The Origin Of Baggy Clothes In Hip-Hop And Gang Culture**. [s.l.]: Chancellorfiles, 2005. Disponível em: <<https://chancellorfiles.wordpress.com/2005/12/20/the-origin-of-baggy-clothes-in-hip-hop-and-gang-culture/>>. Acesso em: 06 nov. 2016.

LANG, M. Sublimação é melhor que serigrafia? In: **Estampa Web**. 2013. Disponível em: <<http://estampaweb.com/2013/03/sublimacao-e-melhor-que-serigrafia/>>. Acesso em: 06 nov. 2016.

_____. Sublimação é o mesmo que Transfer? In: **Estampa Web**. 2013. Disponível em: <<http://estampaweb.com/2013/03/sublimacao-e-o-mesmo-que-transfer/>>. Acesso em: 06 nov. 2016.

MARQUES, . **Moda hip-hop: do gueto à passarela**. Iara: Revista de moda, Cultura e Arte, [s.l.], v. 7, n. 2, p.192-2012, set. 2014. Disponível em: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/10_IARA_vol7_n2_Artigos.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2016.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: M. Fontes, 1981. 388p.

PICOLI, I. J.; CILENE, E. Metodologia de projeto de Bruno Munari aplicada ao design de superfície de moda. In: **Colóquio de moda**, 9, 2013, Fortaleza. 9º Colóquio de Moda CE 2013. Fortaleza: CIMO , 2013. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda_2013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-2-EDUCACAO_COMUNICACAO-ORAL/Metodologia-de-projeto-de-Bruno-Munari-aplicada-ao-design-de-superficie-de-moda.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2016.

RIMAQ. **Técnicas de estamparia**. São Paulo: on-line, [s.d.]. Disponível em: <<http://www.rimaq.com.br/tecnicas-de-estamparia/>>. Acesso em: 15 jun. 2016.

STEFANI, P. S. **Moda e Comunicação**: A indumentária como forma de expressão. 2005. 90 f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora (MG) , 2005. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/PSilva.pdf>> . Acesso em: 15 jun. 2016.

SUPER Interessante. **A história do Hip Hop: B.Boy na fita.** [s.l.]: Editora Abril, 2004. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/cultura/a-historia-do-hip-hop-bboy-na-fita>>. Acesso em: 15 jun. 2016.

TEPERMAN, R. **Se liga no som:** as transformações do rap no Brasil. São Paulo: Claro Enigma, 2015.

IMAGEM

Figura 5

HR Confecções. 2016. Disponível em: <<http://www.hcrconfeccoes.com.br/estampas.php>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Figura 6

Serytam Serigrafia. 2016. Disponível em: <<http://www.seytam.com/metodos-detalle/4/transfer-de-serigrafia/>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Figura 7

TecMundo. 2014. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/epson/64620-epson-apresenta-nova-impressora-textil-surecolor-f2000.htm>>. Acesso em: 17 out. 2016.

Figura 8

Faz Fácil Artesanato. 2016. Disponível em: <<http://www.fazfacil.com.br/artesanato/serigrafia/>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Figura 9

Loja Vvar. 2016. Disponível em: <<http://loja.vvar.com.br/camisetas/camiseta-vvar-vermelha/>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Figura 10

Why of fashion. Disponível em: <http://whyoffashion.com/wp-content/uploads/2013/11/tumblr_lt2lfkGzFN1qzmy3vo1_500.jpg>. Acesso em: 17 jun. 2016.

ARGONAUT NEWS. Disponível em: <<http://argonautnews.com/going-back-to-cali-again-in-december-1987-a-then-20-year-old-l-l-cool-j-filmed-an-artsy-black-and-white-hip-hop-video-on-venice-beach/>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Disponível em: <<http://gall.dcinside.com/board/view/?id=bobby&no=47748>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Splashy Splash. Disponível em: <<http://splashysplash.com/2014/10/how-def-jam-inspired-fashion-as-rick-rubin-remembers/>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Fromaway. Disponível em: <<http://www.fromaway.com/starting-a-food-truck/kickstarting-our-food-truck-part-5-unexpected-snags>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Fuse. Disponível em: <<http://www.fuse.tv/2015/08/yelawolf-defense-use-confederate-flag>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Figura 11 e 13

ONE, Dj Ross. rap Tees: A Collection of Hip-Hop T-Shirts 1980-1999. Brooklyn, NY: powerHouse Books, 2015. 276 p.

Figura 12

OC Finessing Tumblr. Disponível em: <<http://ocfinessing.tumblr.com/post/107248289914/item-of-the-week>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Last fm. Disponível em: <<http://www.last.fm/es/music/Big+L/+images/c7c088c94497424f9f07e7c0c30549fa>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Fans share. Disponível em: <<http://splashysplash.com/2014/10/how-def-jam-inspired-fashion-as-rick-rubin-remembers/>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Black vibes. Disponível em: <<http://www.blackvibes.com/features/blogs/beyondthehustlemag-snoop-dogg-festival-croatia/>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Deadfix. Disponível em: <<http://deadfix.com/2011/01/page/7/#.V2R-8bsrLDc>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Disponível em:
<http://2.bp.blogspot.com/_PpMo9HHpB4c/SbnFh3TneRI/AAAAAAAAAAsM/oZNjiMWvQE8/s320/foto_razionais.jpg>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Figura 14

Def Jam. Disponível em: <http://cdn.defjam.com/wp-content/uploads/2013/05/Ja+Rule+en_22.jpg>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Disponível em: <http://www.fotolog.com/you_like_hiphop/12669677/>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Fuse. Disponível em: <<http://www.fuse.tv/galleries/2013/05/hip-hop-fashion-evolution-photo-gallery#18>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Fuse. Disponível em: <<http://www.fuse.tv/galleries/2013/05/hip-hop-fashion-evolution-photo-gallery#20>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Complex. Disponível em: <<http://ca.complex.com/style/2015/09/early-2000s-fashion-trends/popped-collar-polos>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

VK. Disponível em: <http://vk.com/nigger_star>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Figura 15

Complex. Disponível em: <<http://www.complex.com/style/2011/12/the-100-best-t-shirts-of-the-2000s>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Urban Wear Hip-Hop Blogspot. Disponível em: <<http://urban-wear-fashion.blogspot.com.br/2009/08/hip-hop-wear.html>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Mercado Livre. Disponível em:
<http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-687070904-camisa-razionais-mcs-sobrevivendo-no-inferno-rap-nacional-_JM>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Osso Ruídos Blogspot. Disponível em:
 <<http://ossoruidos.blogspot.com.br/2010/08/musica-e-sociedade.html>>.
 Acesso em: 17 jun. 2016.

Figura 16

Global Grind. Disponível em:
 <<http://globalgrind.com/2014/03/15/whats-happening-in-hip-pop-andrew-garfield-spiderman-2-kiss-tyga-tax-problems-more/>>. Acesso
 em: 17 jun. 2016.

Disponível em: <http://4.bp.blogspot.com/-xbzfermSyEc/VZ50fOUtVII/AAAAAAAAATUA/Yk51OGPDx_U/s1600/_D3_2672_jpg.jpg>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Jovem Pan FM. Disponível em:
 <<http://jovempanfm.uol.com.br/musica/parceria-entre-naldo-benny-e-mano-brown-divide-opinioes-ouca-benny-e-brown.html>>. Acesso em:
 17 jun. 2016.

Warever Store. Disponível em:
 <http://66.media.tumblr.com/b36c0d3ba7a660b42989a5f1c3a221af/tumblr_nxe1m3l79s1r9u1i6o1_1280.jpg>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Tumblr. Disponível em:
 <http://49.media.tumblr.com/tumblr_m8idh0zHMz1qh6zsro1_500.gif>.
 Acesso em: 17 jun. 2016.

Vai Ser Rimando. Disponível em:
 <<http://www.vaiserrimando.com.br/2014/10/01/mattenie-musica-pela-noite-participacao-spic/>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Kalango Atômico. Disponível em:
 <<http://kalangoatomico.com.br/musicas/conheca-o-rap-do-haikaiss/>>.
 Acesso em: 17 jun. 2016.

Loja VVAR. Disponível em:
 <<http://loja.vvar.com.br/camisetas/camiseta-vvar-vermelha/>>. Acesso
 em: 17 jun. 2016.

Figura 17

HKSS. Disponível em:
 <<http://www.hkss.com.br/product/898601/camiseta-hkss-model-dmc-01-preta>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

HKSS. Disponível em:
 <<http://www.hkss.com.br/product/1095087/camiseta-hkss-model-hkss-dmc-branca>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Laboratório Fantasma. Disponível em:
 <<http://www.laboratoriofantasma.com/camiseta-masculina-cabeca-de-fita.html>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Gringo CDs. Disponível em:
 <<http://www.gringoscdds.com.br/home/?sub=107>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Rexpeita. Disponível em: <<https://www.rexpeita.com.br/camisa-double>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Thug Nine. Disponível em:
 <<http://www.thugnine.com.br/camisas/tshirts/t-shirt-big-badass-preto.html>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Figura 22

Warever Store. Disponível em:
 <<http://www.warever.com.br/#!/product/prd1/3173255081/camiseta-real-marginal-preta>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Ebay. Disponível em: <<http://www.ebay.com/itm/NWT-Fnly94-UGK-rap-shirt-Houston-Texas-dope-supreme-hip-hop-group-tee-M-L-XL-2XL-/221946656565>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Rexpeita. Disponível em:
 <<https://www.rexpeita.com.br/produtos/camisas/Camisa-Benjamin-Frankin>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Rexpeita. Disponível em:
 <<https://www.rexpeita.com.br/produtos/camisas/camisa-gabriel-bila>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Rexpeita. Disponível em:
<https://www.rexpeita.com.br/produtos/camisas/camisa-wild-crow>.
 Acesso em: 17 jun. 2016.

Premium Skate Store. Disponível em:
<http://www.premiumskatestore.com.br/camiseta-dgk-vicious-660.html>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Mercado Livre. Disponível em:
http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-708301621-camisa-blusa-swag-v-de-vinganca-estilo-obey-_JM. Acesso em: 17 jun. 2016.

Mercado Livre. Disponível em:
http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-693001697-camiseta-manga-curta-obey-personalizada-_JM?attribute=33000-52049&attribute=43000-52119. Acesso em: 17 jun. 2016.

Mercado Livre. Disponível em:
http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-693001697-camiseta-manga-curta-obey-personalizada-_JM?attribute=33000-52049&attribute=43000-52119. Acesso em: 17 jun. 2016.

Figura 23

Pinterest. Disponível em:
<https://br.pinterest.com/pin/68468856813573208/>. Acesso em: 17 jun. 2016.

BRIGHT, Oleg. Disponível em:
<https://www.behance.net/fnkbrighart>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Disponível em: <https://www.instagram.com/p/iTPxuChkSu/>. Acesso em: 17 jun. 2016.

LETTERMAN, Daniel. Disponível em:
<https://www.behance.net/gallery/19943557/Calligraphy-Collection>. Acesso em: 17 jun. 2016.

From Up North. Disponível em: <http://www.fromupnorth.com/vector-inspiration-1125/>. Acesso em: 17 jun. 2016.

SEPEHRY, Shawn. Disponível em:
<https://www.behance.net/gallery/20337955/Ice-Cube-Ghetto-Vet>.
 Acesso em: 17 jun. 2016.

Disponível em:
<http://harrell68.tumblr.com/post/107456616588/flyestfemales>.
 Acesso em: 17 jun. 2016.

Armed Seeker. Disponível em:
<http://armedskeeter.com/post/79668172670/source>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Rosário 341. Disponível em:
<http://www.rosario341.com.br/colecoes/lost-youth-pt-i/>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Noisey. Disponível em: http://noisey.vice.com/pt_br/blog/nectar-gang-akira-presidente-show-niteroi?utm_source=noiseyfacebr. Acesso em: 17 jun. 2016.

Rosário 341. Disponível em:
<http://www.rosario341.com.br/colecoes/canvas/>. Acesso em: 17 jun. 2016.

rap Nacional Download. Disponível em:
<http://www.rapnacionaldownload.com.br/tag/dalsin-2/>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Instagram Rexeita. Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/BFjlmVSQbnY/?taken-by=rexeitarx>.
 Acesso em: 17 jun. 2016.

Lucas Maronesi Wordpress. Disponível em:
<https://lucasmaronesi.com/2015/05/25/moda-masculina-slides-os-chinelos-dos-anos-90-estao-de-volta/>. Acesso em: 17 jun. 2016.

BK Instagram. Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/BGpcf1LGCds/?taken-by=bkttlpa&hl=pt-br>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Figura 31

Epson. Disponível em: <<https://epson.com/For-Work/Printers/Large-Format/Epson-SureColor-F2000-Color-Edition-Printer/p/SCF2000SE>>. Acesso em: 17 out. 2016.

MÚSICA

TRIBO da perferia. Só diretoria. In:_____. 3º último. [s.l.]: Kamika-z, 1 CD, faixa 7 (3m27s). Remasterizado em digital. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=L8Yf9SfsD-g>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

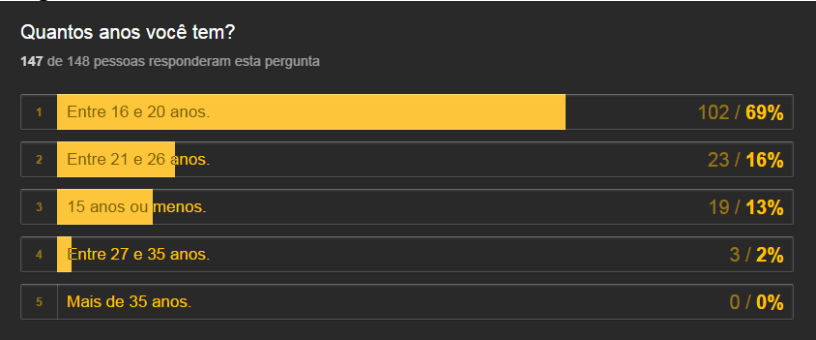
EMICIDA. Triunfo. In:_____. Criolo & Emicida Ao Vivo. [s.l.]: Oloko Records, 1 CD, faixa 15 (4m33s), 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=YMJOmIuUwiM>>. Acesso em: 07 nov. 2016.

VÍDEO

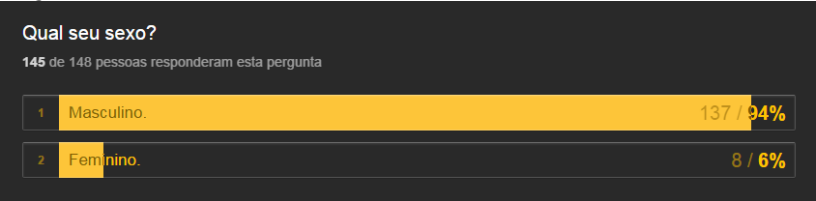
FRESH Dressed. Direção de Sacha Jenkins. Produção de Peter Bittenbender. Roteiro: Sacha Jenkins. Música: Tyler Strickland. [s.l.]: Mass Appeal, 2015. 1 documentário, son. color. Legendado. Disponível em: <<https://www.netflix.com/search/fresh-dressed?jbv=80038962&jbp=0&jbr=0>>. Acesso em: 15 jun. 2016.

APÊNDICE A – Questionário

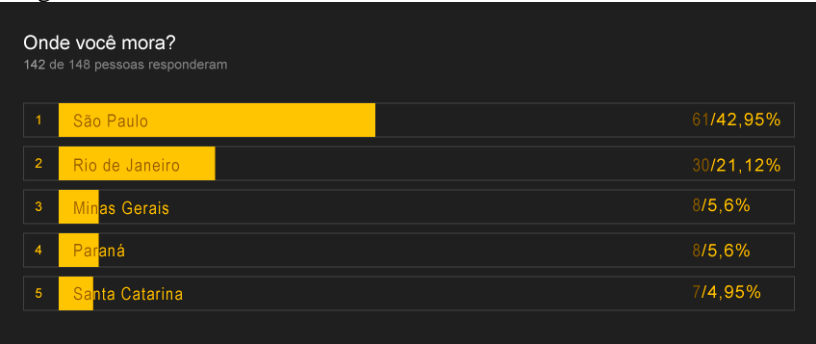
Pergunta 01 – Quantos anos você tem?



Pergunta 02 – Qual seu sexo?



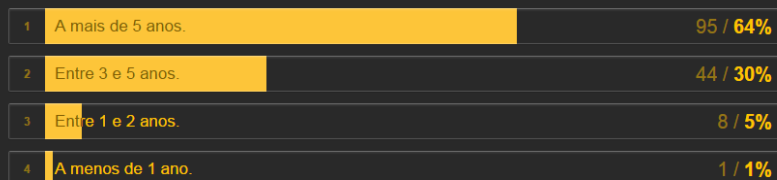
Pergunta 03 – Onde você mora?



Pergunta 04 – Há quanto tempo você ouve rap?

Há quanto tempo você ouve rap?

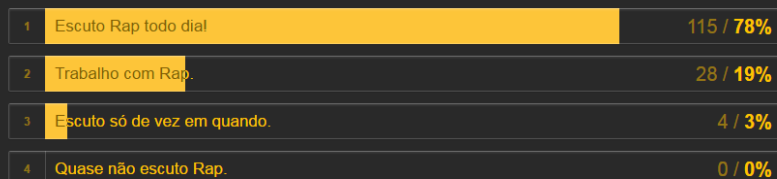
148 de 148 pessoas responderam esta pergunta



Pergunta 05 – Qual a importância do rap na sua vida?

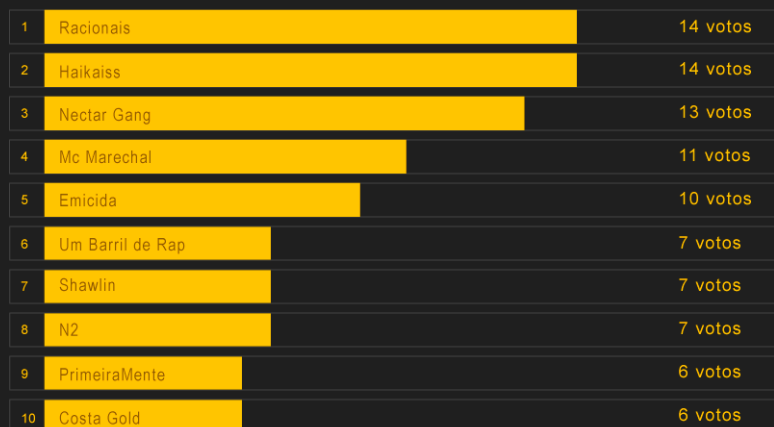
Qual a importância do Rap na sua vida?

147 de 148 pessoas responderam esta pergunta

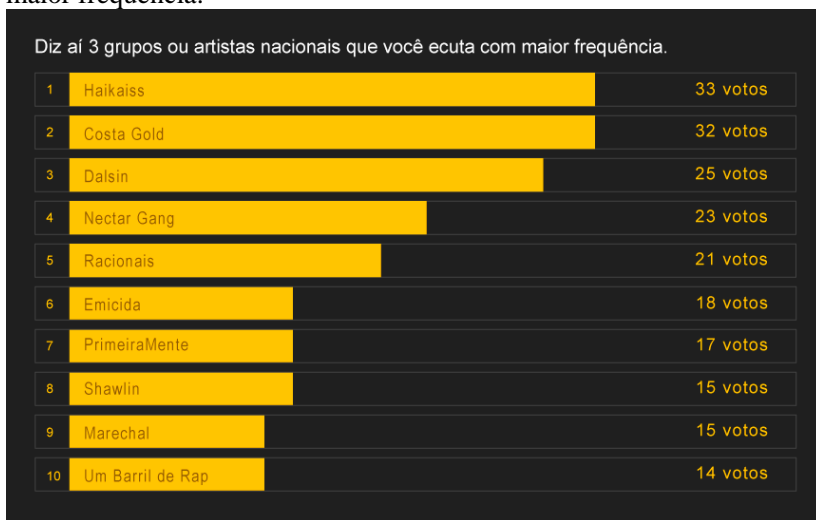


Pergunta 06 – Qual o seu grupo/artista de rap nacional favorito?

Qual o seu grupo/artista de Rap nacional favorito?



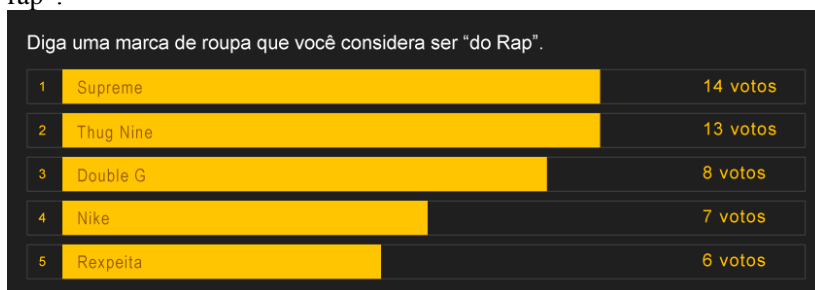
Pergunta 07 – Diz aí 3 grupos ou artistas nacionais que você escuta com maior frequência.



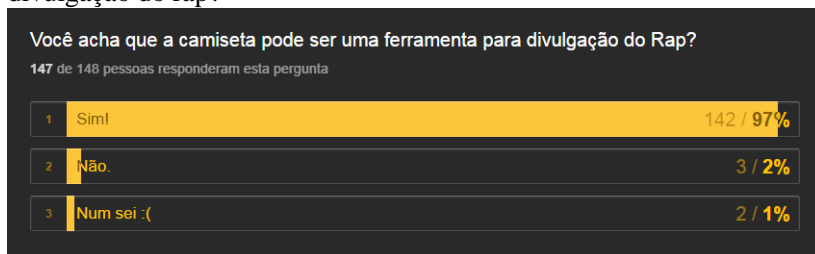
Pergunta 08 – Você acha que o estilo da roupa é importante pra quem faz parte do rap?



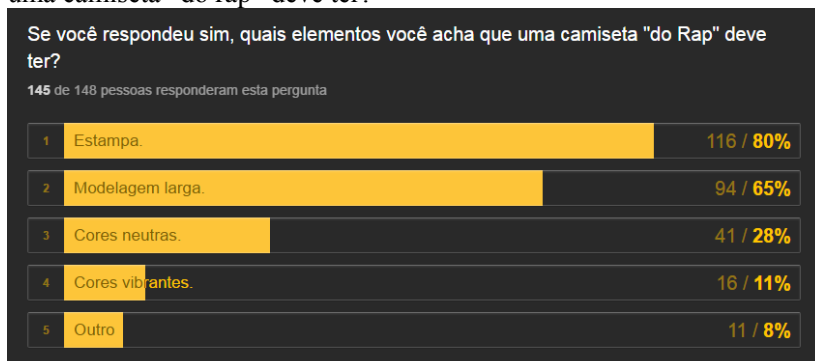
Pergunta 09 – Diga uma marca de roupa que você considera ser “do rap”.



Pergunta 10 – Você acha que a camiseta pode ser uma ferramenta para divulgação do rap?



Pergunta 11 – Se você respondeu sim, quais elementos você acha que uma camiseta “do rap” deve ter?



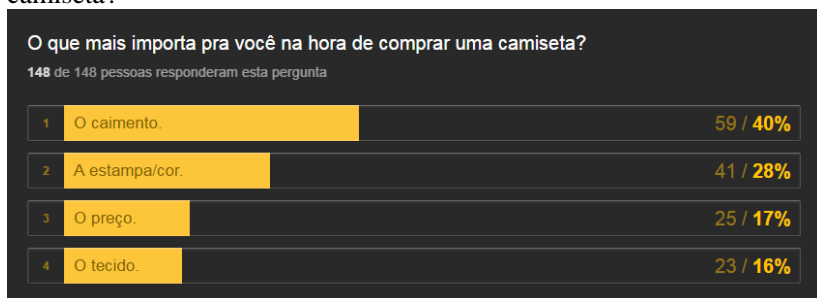
Pergunta 12 – Que tipo de estampa define mais o estilo do rap?



Pergunta 13 – Qual o preço você pagaria por uma camiseta da hora?



Pergunta 14 – O que mais importa pra você na hora de comprar uma camiseta?



Pergunta 15 – Qual a cor de camiseta que você mais usa?

